

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO  
PARA PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN**

Situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador:  
ventajas y desventajas, desde el enfoque de género y la comunicación.

**María Los Ángeles Cardona Alvear**

**Director: León Espinosa Ordóñez**

**Quito, 2011**

*A DIOS por ser mi amparo y darme de su sabiduría, inteligencia y gracia. Por su amor sobrenatural, por su infinita misericordia, por todos los favores recibidos. Sin su ayuda, este logro no sería posible, pues ha llenado mi vida de ángeles preciosos.*

*A mis padres, Francisco y Esperanza, por su lucha cada día para darme lo mejor, por sus consejos, por su paciencia, por enseñarme que, a pesar de los problemas, el amor todo lo puede, por todos sus actos de amor sincero. Los amo.*

*A mi novio, David Garzón, por enseñarme que la vida es una lucha continua, por su ayuda desinteresada y porque, a pesar de estar lejos, ser mi apoyo en mis momentos más difíciles, en los que me creí vencida. Eres un ejemplo para mí, no lo olvides.*

## **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios, por sobre todas las cosas, porque no me ha dejado sola y me ha revestido de su gran misericordia. A mis padres, Francisco y Esperanza, por darme siempre lo mejor y ser mis más incondicionales amigos. A mi novio David Garzón, porque desde el primer día que me conoció, ha sido un ángel y ha sabido aceptarme con mis virtudes y defectos.

Debo agradecer de forma especial a mi tutor, León Espinosa, pues demostró que, además de ser un excelente profesional, es un gran amigo, gracias por sus consejos y palabras de aliento. Asimismo, a mis lectoras, Lucía Lemos y Lourdes Pérez. Sin su paciencia, sus recomendaciones y su ejemplo de disciplina y superación, el presente documento no tendría la calidad lograda.

Finalmente, no puedo dejar de lado a dos personas que aportaron en esta investigación: Gastón Durán, padrino gracias por creer en mí; y Robertson Vinueza, quien aportó con sus ideas, conocimiento y experiencia. A mi familia, amigos cercanos y gente que formó parte de esta disertación.

Mis más sinceros y humildes agradecimientos a todos ellos.

Introducción	1
Capítulo I:	4
1. Antecedentes teóricos	4
1.1. Medios masivos de comunicación	4
1.1.1. Prensa	6
1.1.1.1. Definición	6
1.1.1.2. Características	6
1.1.2. Radio	8
1.1.2.1. Definición	8
1.1.2.2. Características	9
1.1.3. Televisión	12
1.1.3.1. Definición	12
1.1.3.2. Características	13
1.1.4. Internet	15
1.1.4.1. Definición	15
1.1.4.2. Características	15
Capítulo II	19
2. Género	19
2.1. Definición	19
2.2. Visión de género	24
2.2.1. Machismo	24
2.2.2. Feminismo	28
2.3. Feminismo frente a machismo	33
Capítulo III	41
3. Periodismo deportivo	41
3.1. Definiciones	41
3.2. Características del periodismo deportivo	41
3.3. El periodista deportivo	52
3.3.1. Ejercicio profesional	52
3.3.2. Incursión de las mujeres en el medio	56

Capítulo IV	60
4. Periodismo y género	60
4.1. Producción de notas periodísticas desde enfoque de género	60
4.2. Elaboración de notas por parte de periodistas deportivas	67
4.3. Papel de las mujeres dentro del periodismo deportivo	72
Capítulo V	78
5. Opinión pública	78
5.1. Autopercepción de las periodistas deportivas	78
5.2. Mirada de los medios sobre las periodistas deportivas	90
5.3. Percepción del público sobre las periodistas deportivas	97
Capítulo VI	105
6. Conclusiones y recomendaciones	105
6.1. Conclusiones	105
6.2. Recomendaciones	111
Bibliografía	116
Anexos	118

## **Introducción:**

La presencia femenina en algunos espacios de los medios de comunicación, concretamente en los programas y secciones deportivas, toma cada vez mayor impulso. La mujer ya opina sobre temas deportivos, comenta, entra a camerinos, conversa con los jugadores, preferentemente de fútbol, que es considerado el deporte estrella. Sin embargo, esta incursión no ha sido objeto de un análisis profundo por parte de investigadores o autores de libros de importancia social.

Por esa razón, este plan de tesis que plantea la situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador, desde el enfoque de género y la comunicación presenta la importancia dentro de lo académico porque recopilará entrevistas con mujeres periodistas que incursionan dentro del periodismo deportivo.

Además, se busca problematizar el ejercicio profesional de las periodistas deportivas, es decir describir las condiciones en que se desenvuelven para la elaboración de sus notas periodísticas, así como determinar si existe o no un desequilibrio en cuanto a las relaciones de género.

Este estudio será importante para estudiantes de Comunicación, profesores de la misma rama y periodistas profesionales, puesto que se aborda un tema nuevo y de interés social. Incluso, podría servir como un referente para futuras publicaciones por parte de expertos.

El tema que se propone en la disertación consiste en analizar la situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas de prensa en el Ecuador, en cuanto al acceso de la información, oportunidades y obstáculos vistos como ventajas o desventajas, originadas por las condiciones de género, puesto que el campo en el que se desarrollan ha sido conocido como terreno exclusivo para los hombres.

El estudio incluye la identificación del proceso de obtención de fuentes de información, la elaboración de notas periodísticas, su publicación y el reconocimiento profesional del trabajo periodístico de las mujeres. Es decir, investigar cuál es el trabajo investigativo previo a la publicación de sus notas, ya sean estas escritas, radiales o televisivas, cuál es el papel que desempeñan y el espacio o protagonismo otorgado por el medio de comunicación en el que laboran.

La investigación se basará en la indagación de bibliografía relacionada con el periodismo deportivo, estudios e investigaciones de género. De esa manera, se determinará cuál ha sido la evolución del trabajo periodístico de las mujeres en el ámbito deportivo y periodístico.

Al mismo tiempo, se podrá conocer cuáles son las necesidades y las funciones que cada empresa comunicacional requiere en cuanto al trabajo periodístico deportivo, al perfil profesional y si existen o no distinciones de género. También, se explicarán las causas por las cuales las mujeres no incursionan de manera recurrente en temas relacionados con el periodismo deportivo, en cuanto a fútbol se refiere.

El estudio incluye entrevistas a hombres y mujeres periodistas para conocer cuál es la percepción que estos tienen sobre la incursión de la mujer en el ámbito periodístico deportivo, que se utiliza para conocer cuál es la visión que tienen diferentes grupos sociales sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo.

Los objetivos que se persiguen con esta investigación son analizar la situación de la práctica profesional de las periodistas deportivas en el Ecuador, desde el enfoque de género y la comunicación. Así como identificar la situación actual de las periodistas que intentan sobresalir dentro de la sección deportiva de un medio de comunicación en cuanto a obstáculos y necesidades encontrados en su práctica profesional, ventajas o desventajas respecto a periodistas hombres.

Para conseguir esto, en la disertación se recopilan entrevistas y testimonios de periodistas deportivas sobre su carrera profesional, al igual que sus ventajas y adversidades dentro de la misma.

Además, se realizan entrevistas a personajes que conocen del tema, por ejemplo: editores, coeditores, responsables de las secciones deportivas de algunos medios de comunicación del país, periodistas mujeres no vinculadas en el ámbito deportivo, gente especializada en abordar análisis de género.

De esta manera, se determina la evolución femenina dentro de un campo que ha sido tan explotado y mayormente trabajado por los hombres. Finalmente, se utilizan textos especializados en periodismo deportivo y género, para definir y establecer cuál es la posición de la mujer dentro de la práctica del periodismo.



## Capítulo I:

### 1. Antecedentes teóricos

#### 1.1. Medios masivos de comunicación

La comunicación es el proceso por el cual se transmiten significados entre personas. En este sentido, toda sociedad humana se ha basado en la capacidad que el hombre tiene de transmitir sus deseos, sentimientos e intenciones de una persona a otra. Tan fundamental es la capacidad de comunicación en el hombre que su ausencia es considerada como un trastorno serio de la personalidad. “El proceso de la comunicación, en el caso del ser humano, se realiza principalmente a través de un código o lenguaje articulado y estructurado con base en signos convencionales”.<sup>1</sup>

Los medios de comunicación existentes en la sociedad actual, con los caracteres que los definen como medios masivos, no funcionan por separado, sino que conforman un sistema único de comunicaciones en forma armónica y sincrónica, puesto que están dirigidos al público en general. Por tanto, al conformar un sistema de complementación, cumplen con las mismas funciones.

Uno de los objetivos es la supervisión del ambiente. Este se refiere a la recolección y distribución de la información referente a los sucesos de la sociedad local y a nivel internacional. Esto permite que la gente oriente su propia acción de acuerdo a la manera en cómo se vayan presentando los hechos. Por ejemplo, si una población está informada sobre una epidemia, esta puede movilizarse y tomar las acciones al respecto.

Otra función es la correlación social, que aparece en las secciones de opinión. Los medios cumplen así con la función de interpretar y establecer la conducta o la manera cómo los individuos deben reaccionar ante la información recibida. Es decir, “los columnistas o comentaristas se encargan entonces de evaluarle e interpretarle los hechos al lector”.<sup>2</sup>

También, existe la transmisión de la cultura. En un comienzo esta función se cumplía a través de la tradición oral de una generación a otra. Ahora, gracias al desarrollo de la tecnología en los medios de comunicación, se transmiten los conocimientos culturales. No obstante, según Victorino Zecchetto, en el libro *En medio*

---

<sup>1</sup> López Forero Luis, Introducción a los medios de comunicación, Bogotá, USTA, 1994, p. 79

<sup>2</sup> *Ibíd.*, p. 92

de la comunicación<sup>3</sup>, se pregunta: ¿Cuántas veces se guarda en las bibliotecas un cúmulo de conocimientos sobre hechos o sobre personajes históricos que no favorecen ciertamente a los intereses de quienes detentan el poder? En este aspecto, los medios dicen y transmiten lo que les conviene del patrimonio cultural y se callan u ocultan lo que de alguna manera no les conviene.

Por otro lado, aparece la socialización, “proceso por el cual el individuo adquiere la cultura de su grupo e internaliza sus normas sociales, haciendo así que su conducta comience a tomar en cuenta las expectativas de los otros”<sup>4</sup>. Los medios, en la sociedad moderna, juegan un papel importante dentro de dar estatus y prestigio; es decir, el hecho de ser “alguien conocido” hacen que el individuo se convierta en un modelo que impone diferentes conductas. Los políticos, actores, cantantes, escritores, entre otros, influyen en la sociedad y la gente empieza a adoptar sus posturas e ideologías, para alcanzar objetivos similares.

Finalmente, una última función es el entretenimiento. “Esta se basa en divertirse a los integrantes de un grupo social. Su función podría considerarse como inofensiva y neutral; sin embargo, programas de deportes, humorísticos, musicales, episodios de ciencia ficción, entre otros, encierran siempre una carga ideológica subyacente que generalmente el receptor devora sin advertir”<sup>5</sup>.

La comunicación se construye por lenguajes, está en todas partes, permite la participación entre varios actores y se transmite mediante expresiones culturales. Además, la comunicación tiene potencial significativo en la sociedad. “La comunicación es una fuente de estilos de vida, pensamiento, acción, subjetividades, diversión, es el evangelio para significar y asignar sentido en el mundo contemporáneo. La comunicación es una acción de carácter simbólico que produce sentido para la conexión social y se caracteriza porque no se agota en los medios masivos, sino que abarca todas las formas compartidas de significados que se realizan en la sociedad”.

Asimismo, cabe señalar que la comunicación engloba todo, da sentido a la sociedad, está presente en todo y, con el paso de los años y los avances tecnológicos, se transforma en masiva a través de los medios de comunicación, que es un agente de transmisión, gracias a la tecnología y telecomunicación. Primero apareció la prensa escrita, luego la radio seguida de la televisión e Internet. Estos medios masivos de

---

<sup>3</sup> Zecchetto, Victorino, *En medio de la comunicación*, Quito, Abya Yala, 2002, p. 39

<sup>4</sup> Wright Charles, *Comunicación de masas*, Buenos Aires, Paidós, 1963, p. 129

<sup>5</sup> Luis López Forero, op. cit., p. 94

comunicación fueron creados por el hombre para llevar su mensaje a diferentes auditorios representativos.

### **1.1. 1. Prensa**

#### **1.1.1.1. Definición**

El periodismo escrito, al igual que todos los medios de comunicación de masas, posee su propio lenguaje, su propio modo de contar, de reproducir la realidad. En la práctica, ninguno de los medios logra plasmar la realidad para presentar tal cual es. Todo diario, revista o publicación, por más que se pretenda apolítico, independiente, objetivo, mira los hechos informativos desde intereses particulares. Por consiguiente, siempre lleva implícita una interpretación, una valoración y una selección de los datos que presenta.

Además, según la trascendencia del hecho, ya sea económico, político, social, religioso, etc., mayor cantidad de información habrá y mayores serán también las interpretaciones. “O puede ocurrir también que, a pesar de la trascendencia del hecho, la información se filtre y se reduzca al máximo e incluso se omita deliberadamente. Por lo general, los diarios poseen sus propios recursos para tratar de convencer al lector de que su selección interpretativa es la verdadera”.<sup>6</sup>

Cabe indicar que aunque el hombre ha sentido la necesidad de comunicar lo que sabe y de informarse de lo que desconoce desde que existe y habla, ha sido en los últimos tiempos cuando los medios de comunicación de masas han adquirido un extraordinario desarrollo. Entre ellos ocupa un lugar destacado la prensa periódica, en cuya evolución se distinguen tres etapas, ideológica, informativa y explicativa, que llevan a poner de relieve los dos objetivos básicos del periodismo, la información y la opinión.

#### **1.1.1.2. Características**

Por tratarse de un medio masivo de comunicación, el diario debe responder al interés de un público muy numeroso, heterogéneo, anónimo y distante en el espacio.

---

<sup>6</sup> Luis López Forero, op. cit., p. 187

Para satisfacer las necesidades informativas, esta publicación trata una diversidad de aspectos. Por ello, cumple una serie de funciones que le son propias:

Dentro de la elaboración de un periódico se expone la vida de la sociedad. Para su realización, se toma en cuenta los intereses económicos, políticos y culturales presentes en cada época. Además, dentro de este proceso, las agencias noticiosas, corresponsales o instituciones son fuentes de información que brindan un relato puntual del hecho.

Los periodistas están encargados de comprobar la validez del material a través de la investigación. Es decir, distinguen las causas y las características de lo sucedido mediante la recolección y el análisis del material de entrevistas, ruedas de prensa, informaciones de otros medios, entre otros.

La dirección del medio informativo sigue una política editorial, que influye en las decisiones a tomar en cada uno de los pasos de la elaboración. De este modo, la publicación del diario (redacción, fotografía, composición, armado e impresión) está regida por los criterios básicos de esta política.

En cuanto a los reporteros de los periódicos, estos suelen llevar a cabo investigaciones sobre un tema o una historia determinada y realizan los respectivos informes de la misma. Muchos de los periodistas tienen que salir a encontrar una historia o hacer nuevas investigaciones sobre algo que alguien más haya informado. La idea básica es descubrir la verdad, especialmente cuando ha habido un intento de ocultarla o de ignorarla, para luego revelar al público de una manera más amplia lo que se ha descubierto.

En otras ocasiones, el trabajo de un reportero de un periódico no es tanto investigar y descubrir los detalles, a veces simplemente su función es transmitir lo que ocurre a un público que busca de información. Este enfoque se puede notar de una forma más sobresaliente en una cobertura especial, como cobertura noticiosa en tiempos de guerra o actos políticos y debates.<sup>7</sup>

Una persona que por lo general tiene un título en periodismo tiende a convertirse en un reportero, sin embargo, no siempre es obligatorio. Tal educación es generalmente considerada como importante para los periodistas de investigación, que a menudo necesitan una formación académica en periodismo para establecer una reputación por sí mismos. Mientras que un periodista puede llegar a construir un nombre para sí mismo a través del arduo trabajo, un título puede ayudar a ganar la confianza inicial y el respeto.

---

<sup>7</sup> Wright Charles, op. cit., p. 143

No obstante, en el Ecuador, no se cumple esta condición, ya que predomina gran cantidad de empíricos dentro del periodismo y saber llegar y conocer las necesidades del público.

La capacidad de un reportero de prensa, y en general, para asegurar un empleo y trabajar para los periódicos de prestigio se puede conectar directamente a la integridad periodística y el profesionalismo del periodista. Los lectores necesitan ser capaces de confiar en la gente que trae a la noticia, y cuando esa confianza se rompe, puede ser difícil de reparar tanto para el reportero como para el medio para el cual trabaja.

La responsabilidad de todos los mensajes periodísticos no es idéntica. En los géneros interpretativos se exige que haya una información previa a la valoración y que los hechos estén claramente deslindados de las opiniones, de modo que el lector pueda acudir a ellos y contrastar los criterios y juicios que se exponen. En cambio, en los informativos, especialmente en las noticias, se enfrenta el problema de la objetividad, cuya necesidad se deriva de la misma naturaleza de la comunicación periodística, dado que los mensajes se codifican en ausencia del receptor, que no puede controlar al emisor, y que suponen un filtro, ya que en la información que suministra la noticia no se pueden integrar todos los detalles de la realidad, viéndose el periodista obligado a seleccionar los elementos que van a pasar a su relato, unidad informativa y, por consiguiente, de contornos delimitados.

Por otra parte, siendo el lenguaje, en general, claro, conciso y correcto, con el fin de poder ser descifrado por lectores de niveles culturales diversos, tres tentaciones acechan al profesional a la hora de redactar: hacer un estilo literario, no tanto por lucirse cuanto por dejarse llevar por sus espontáneos impulsos anímicos; la de emplear un estilo “administrativo”, que se usa para no referirse directamente a las cosas, y se utiliza elementos propios de la lengua hablada, creyendo que de ese modo se acerca más fácilmente al lector (cuando suele ocurrir lo contrario). La rapidez con que hay que redactar la mayor parte de las noticias hace que con frecuencia aparezcan en ellas formas incorrectas, así como el empleo del adjetivo en función sustantiva.

### **1.1.2. Radio**

#### **1.1.2.1. Definición**

*Aunque en un principio "carecía de contenido", la radio ha merecido más de una definición a lo largo de sus sesenta años de existencia como medio de comunicación de masas, sobre todo a causa de los azares de su competencia con la televisión. En cuanto al uso, ha pasado de ser una forma de entretenimiento individual a serlo familiar, para volver a ser un instrumento individual adaptado a determinadas funciones, especialmente entre los jóvenes. También se está definiendo más que nunca como un acompañamiento de fondo habitual, una actividad difusa, a cuyas concretas unidades de contenido se les concede relativamente poco peso específico. Su uso es bastante independiente del lugar y del momento, pero el contenido está organizado por otros (pese al cada vez mayor número de emisoras entre las que elegir) al tiempo que es "de actualidad", y por lo tanto perecedero: consiste sobre todo en noticias y música del día. El lugar de la radio dentro de espectro político es variable, pero el uso que predomina en la mayoría de los países no es muy político. Aun así, tiene algunos usos políticos y suele estar sometida a regulaciones en las cuestiones que afectan a la política. Un elemento secundario de esta imagen la relaciona con las nociones de libertad y represión: atraviesa las fronteras con mayor facilidad que otros medios de comunicación, puede operar desde la ilegalidad, como la prensa, y cada vez se presta más a la comunicación a corta distancia entre individuos sin normativa legal.<sup>8</sup>*

### **1.1.2.2. Características**

Según Luis López Forero, en *Introducción a los medios de comunicación*, hablar del lenguaje radiofónico significa plantear el problema de si hay un cómo, una forma, un estilo, una manera propia de contar en la radio. El mensaje radiofónico es una orden, un contenido, una señal, digno de ser comunicado a alguien, por medio de sonidos (palabra, música) difundido electrónicamente a través de ondas y cuya recepción es sonora.

La aparición de la radio no se debió a ningún descubrimiento fortuito. Esta aparece como el producto de una serie de condiciones y de elementos de desarrollo de la sociedad. Primero, el hecho de que las relaciones sociales se vuelvan más complejas fue creando la búsqueda de una forma de comunicación instantánea y segura que permitiera salvar grandes distancias. En segundo lugar, se destacan una serie de descubrimientos científicos y técnicos que se fueron acumulando y que más tarde sirvieron para la comunicación a distancia. Finalmente, en tercer lugar, varios acontecimientos lograron la transformación de la telegrafía en un medio masivo apto para transmitir programas a receptores domésticos de una región o nación.<sup>9</sup>

El mundo de la radio es de naturaleza auditiva. Esto implica que exista una serie de consecuencias en el receptor, que van desde la pura actitud personal hasta las repercusiones de orden psicológico derivadas de la lectura y de la audición, respectivamente.

El mensaje o producto radiofónico queda condicionado a ser solamente escuchado. En el proceso creador, este proceso debe ser tenido en cuenta, pues marca condiciones dentro del producto radiofónico final. En el quehacer de la radio, el sujeto se ve inmerso en un tipo de trabajo en el que necesariamente debe contar con la

---

<sup>8</sup> [http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Historia\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n#La\\_radio](http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Historia_de_la_comunicaci%C3%B3n#La_radio)

<sup>9</sup> Luis López Forero, op.cit., p. 267

colaboración de otras personas. Este hecho no solo se reduce al aspecto técnico, sino que implica modificaciones sobre la esencia de la idea creada.

El lenguaje radiofónico es fugaz, mientras que lo impreso tiene un carácter permanente. Por ejemplo, al escuchar un mensaje radial, si no se lo capta rápidamente, es difícil volver atrás. Mientras que cuando se trata de un contenido impreso, existe la posibilidad de una nueva lectura, de volver atrás para captar el mensaje de mejor manera. Esta circunstancia hace que los mensajes emitidos por la radio sean más difíciles de comprender, a menos que su estructura y lenguaje sean lo suficientemente claros; y aún así exigen la concentración intelectual del oyente. Por esta razón, en los últimos años, el medio ha ido depurando su lenguaje en busca de una mayor sencillez expresiva en un esfuerzo constante hacia una mayor comprensibilidad.<sup>10</sup>

No obstante, mientras los demás medios exigen la concentración permanente, este permite que el receptor desarrolle simultáneamente actividades como trabajar, leer, quehaceres varios, entre otros. Esto se debe fundamentalmente a que la radio no venda los ojos. Por otro lado, la radio puede penetrar en el oyente en el momento menos pensado. Así, el sonido es el gran poder de la radio, ya que la sensibilidad del oído no es diferente ante lo sensacional, lo sorprendente, lo dulce y lo agradable.

El lenguaje radiofónico tiene varias características propias de su difusión. “Una de ellas es la voz, palabra humana con su significado manifiesto a lo cual se agregan las modificaciones que pueden implicar una significación latente a través del timbre de voz, la entonación y la modulación”.<sup>11</sup> Una misma frase puede pronunciarse de diferentes maneras connotando alegría, tristeza, triunfo, desolación, ira, ironía, etc. Por eso, qué se dice y cómo se lo dice juegan un papel importante en la difusión del mensaje.

Por otro lado, la música juega un papel importante dentro de este medio, pues tiene su propio lenguaje, es decir, su propia manera de simbolizar la realidad. La música, algunas veces, acompaña la palabra para reforzarla o complementarla; otras sirve como de cortina o de telón para marcar la separación entre dos espacios o episodios. “La pluralidad de emisiones simultáneas y diversas proporciona al oyente un gran y variado poder de selectividad, sobre todo para los habitantes de las ciudades grandes, en donde existe un sinnúmero de emisoras con programación variada y para todos los gustos y necesidades”.<sup>12</sup>

El lenguaje radial posee características definidas, propias de su naturaleza. Por ejemplo, es inmediato, pues supone la eliminación de los factores tiempo y espacio, lo que cualifica al mensaje como apto para la difusión de información. Al ser simultáneo,

---

<sup>10</sup> Ibid., p. 281

<sup>11</sup> Luis López Forero, op.cit., p. 323

<sup>12</sup> Luis López Forero, op.cit., p. 327

el contenido es sucesivo; por esto, supone la presencia del receptor en el campo de acción del aparato técnico, y es único e irrepetible, es decir, pues cada mensaje es distinto, tiene su momento y técnica única, pues si fuese lo mismo, terminaría por aburrir al oyente.

Además, aparece la autonomía en la recepción, que implica la capacidad de recibir la información en cualquier momento, lugar y circunstancia. La eficacia del contenido puede medirse a través de la expresión “darlo por recibido”, comprenderlo, la retención del mismo y la respuesta provocada por el estímulo.

Por otro lado, dentro de los factores de eficacia en la emisión del mensaje, se puede señalar la claridad, que hace referencia los aspectos técnico-electrónicos (buena grabación, alto nivel de la señal, eliminación de distorsiones en la misma) y los aspectos técnico-radiofónicos de la comunicación (corrección del texto emitido, calidad de la locución, entre otros).

El mensaje radiofónico cuenta con una serie de fines: información, distracción y formación. Sin embargo, al ser un medio con una aceleración técnica y con gran rapidez en la transmisión de sus mensajes, le priva, en ocasiones, de un tratamiento más profundo de los hechos.

Dentro de la distracción, como objetivo del contenido radial, existió desde el primer instante que comenzó a funcionar la primera estación del mundo. Por ejemplo, los espacios dramáticos de creación y los musicales han tenido siempre esa finalidad. No obstante, con la aparición de la TV, el mensaje ha depurado su contenido de distracción, variando hacia motivos cada vez más seleccionados y de mayor especialización.<sup>13</sup>

Por otro lado, está la formación que aplicada a la radio es confundida frecuentemente con educar. En este caso, como en el de la propaganda, las dos acepciones de “formar” carecen de sentido para el mensaje radiofónico. “Hay, eso sí, una necesidad de servirse de este instrumento como un medio para educar, obviando así la carencia de un personal que se dedique a la función educativa. Sin embargo, muchos mensajes radiofónicos tienen en su contenido elementos informativos no puros, es decir, cultivan y enriquecen, de una u otra manera, el mundo del receptor”.<sup>14</sup>

El profesional de la palabra en la radio debe llevar elegancia en su expresión corporal y espiritual acompañada de conocimientos que le permita el dialogo con un ministro, un obrero, una anciana o un niño. El periodista necesita un dominio perfecto

---

<sup>13</sup> Wright Charles, op. cit., p. 149

<sup>14</sup> Luis López Forero, op. cit., p. 390



de la lengua; sin embargo, no debe utilizar un léxico complicado, pues debe lograr la comprensión adecuada del mensaje que emite.

Además, a diferencia de sus colegas de prensa, televisión o internet, debe desarrollar mayor agilidad a la hora de recuperar un documento, posibilidad de realizar cualquier tipo de cambio en cualquier momento, opción de conectar un ordenador desde el estudio de locución del director con otras personas que conforman la redacción, criterio para buscar información en internet, calcular los minutos en función del texto escrito que realiza automáticamente el ordenador, lograr una legibilidad y limpieza óptimas de los textos.

El papel de los periodistas radiales, y en general, es el de actuar como mediador y como agente al servicio del público para seleccionar y transmitir la información que sirve para tratar de satisfacer las necesidades y resolver los problemas de los receptores.

El locutor de radio se caracteriza por una magnífica agilidad mental, ya que en este medio prima el elemento de inmediatez, sin olvidarse de la capacidad de autocontrol en determinadas ocasiones. La polivalencia convierte al periodista de radio en un comunicador de la información que ejecuta múltiples tareas como redactar, producir, editar, presentar, colaborar con producciones de distintos formatos como informativos, tertulias, debates, entrevistas, directo, indirecto.

### **1.1.3. Televisión**

#### **1.1.3.1. Definición**

La televisión, al igual que los otros medios de comunicación, surge como respuesta a una necesidad real del hombre, que se basa en una nueva forma de diversión, información y expresión de la realidad. Este medio nace en un momento concreto, “cuando la diversión se identificaba con la evasión de la realidad, cuando la diversión entraba en la producción y mercado de artículos de consumo, cuando la información y la expresión de la realidad se manipulaban para darle apariencia de naturalidad y eternidad a la estructura capitalista, cuando la publicidad comenzaba a convertirse en el alimento indispensable de todos los medios de comunicación”.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Wright Charles, op. cit., p. 167

El desarrollo tecnológico de la televisión comenzó desde el año 1917 con el descubrimiento hecho por el químico sueco Jacob Berzelius de las propiedades del selenio (elemento cuya conductividad eléctrica aumenta con la luz que recibe). Sobre este hecho, trabajaron posteriormente para perfeccionarlo el ingeniero Vladimir Kosva, el inglés Logie Baird y el alemán Paul Von Nipkov. Los esfuerzos de varias generaciones teniendo en base a estos pioneros culminaron con la aparición en el mercado de los aparatos de televisión durante la década del cuarenta al cincuenta.

### **1.1.3.2. Características**

La televisión establece su propio lenguaje, en el cual se entiende que existe una estructura que organiza los signos que allí se transmiten, que relaciona y da cuenta de la organización de los significados que allí se intercambian. El lenguaje televisivo es entonces una forma determinada de codificar la realidad, de transformar los hechos reales en hechos de comunicación, que encierra una determinada posición valorativa.

La televisión se ha convertido para millones de personas en una necesidad, algo de lo cual ya no es posible prescindir, con una característica peculiar: arrebatada al espectador porque exige la concentración, pues no permite la realización simultánea de otras actividades, como ocurre con la radio, por ejemplo.

Dentro del lenguaje televisivo se encuentran imágenes relacionadas, palabras, gestos, sonidos, entre otros, que responden a algún tipo de estructuración, en donde se transmiten valores, es decir, mensajes de fondo. Ante esto, se puede hablar de dos niveles dentro del contenido televisivo: consciente e inconsciente; o sea, se trata de descubrir cómo en la relación entre estos dos existe una estructura de valores específica.

El tratamiento de la imagen en televisión es heredero de las tradiciones de la cinematografía. Por ejemplo: en los formatos informativos, la imagen es fundamental para complementar la noticia periodística, pues, le da credibilidad al mostrar los momentos precisos en que ocurren los hechos. También, presenta una dramatización, en donde el manejo de la intensidad, el tiempo, el ritmo se dirigen a la captura del televidente, provocando empatía, reacción social y personal frente a lo que está viendo. Las imágenes pueden ser más importantes que el lenguaje verbal que informa y describe los hechos.

La televisión tiene su propia manera de contar, es decir que lo que se ve en la pantalla es similar al punto final de un complejo proceso de emisión propio, que

comprende la selección de imágenes por parte del camarógrafo (ángulos, planos, iluminación, etc.) y el montaje por parte del director o editor, que incluye también una interpretación y reflexión ideológica. De esta manera, resulta que lo que se ve en la pantalla son las imágenes resultantes de otro ver, que mira y piensa por y para la audiencia.

Este proceso específico por parte del emisor no está, como muchos investigadores lo creen, en los efectos buenos o malos (medidos con un esquema moralista) que pueda producir. Son frecuentes los debates sobre si la televisión está aumentando o no el grado de violencia, de agresividad o de pornografía en el mundo. Sin embargo, el problema de la televisión está relacionado con el lenguaje. Se trata de afrontar el asunto de cómo la televisión cambia la relación de los usuarios con lo real y con la experiencia de los hechos, y de qué manera hace ver (con un ver que es representar e implica una interpretación ideológica) la realidad.

“El lenguaje televisivo está determinado por su naturaleza visual y auditiva. En ella, se conjugan el lenguaje visual o imágenes (lenguaje del cine), el lenguaje auditivo verbal y no verbal (lenguaje radiofónico) y el lenguaje periodístico, sobre todo, en las informaciones (noticias, reportajes, entre otros)”.<sup>16</sup>

La imagen posee la mayor fuerza en el mensaje televisivo, propio de soportes audiovisuales, en donde el contexto y texto están determinados por la narración de la imagen y el sonido, el lenguaje verbal cumple la función de acompañamiento, que refuerza, valora, comenta e interpreta. Es decir, este debe ser conciso, pues debe entregar la información en pocas palabras, evitando las reiteraciones innecesarias. Además, claro y preciso, porque debe ser de fácil comprensión para todo espectador. También, amplio y no utilizar el lenguaje muy especializado, ya que los contenidos se dirigen a todos los espectadores. Finalmente, dinámico con un lenguaje ágil y con entonaciones diversas, para no provocar cansancio y distracción.

El reportero o periodista de televisión debe ser capaz de informar en pocos minutos sobre un hecho o fenómeno noticioso, siendo claro, rápido y transparente en la difusión de la nota que transmite a su audiencia. Además, está en la obligación de conocer a quienes forman parte de la fuente de información que cubre para así hallarse ambientado y relacionado para disponer de buenas fuentes informativas.

---

<sup>16</sup> Wright Charles, op. cit., p. 180

El profesional de la comunicación debe centrarse en varios objetivos, como el informar y el orientar a las personas acerca de la trascendencia de esos acontecimientos, mostrando todos los aspectos del suceso y no manifestar un compromiso político, independientemente del medio al que pertenezca. Finalmente, debe dar a conocer la mayor cantidad de información sobre un suceso, así como mostrar todas las partes que lo componen a fin de evitar que sólo se difunda una cara del hecho.

#### **1.1.4. Internet**

##### **1.1.4.1. Definición**

En la primera década del siglo XXI, el periódico impreso se ha visto sometido a una nueva corriente o medio de comunicación, el periodismo digital o ciberperiodismo. Este fenómeno ha generado el nacimiento de publicaciones únicamente digitales que optan por no disponer una versión en papel, ya que los costes de impresión y producción se incrementan y su difusión es mucho más extensa y eficaz.

De este modo, la versión digital no sólo ha hecho que se tenga una copia exacta de los impresos en la web, sino también ha creado una nueva forma de hacer noticias. Este nuevo medio ha desarrollado un lenguaje propio y específico, que se queda a medio camino entre el lenguaje tradicional escrito y el lenguaje audiovisual, debido a que la red permite la inclusión texto, sonido e imágenes facilitando al usuario la lectura y comprensión de la noticia. Todo ello se suma a un lenguaje no tan estrictamente formal como en la prensa tradicional, ya que la rapidez también es una característica propia de este medio, tanto en la lectura como en la edición de la información.

Del mismo modo que no se redacta igual en televisión, radio y prensa escrita, el consumo, por tanto, también es diferente, convirtiéndose en más extenso e intenso al minuto. Además, la difusión de información por internet ha generado varios debates. Algunos expertos dentro del tema plantean que este actúa como un medio de comunicación; mientras que otros han llegado a la conclusión de que es solo un soporte.

##### **1.1.4.2. Características**

Uno de los objetivos principales del periodismo es informar y es indispensable tener presente a quién van dirigidos los contenidos. Con el ciberperiodismo, este aspecto

es más amplio que en los medios tradicionales, pues es necesario pensar que la información llega a lectores de cualquier lugar del planeta. Igualmente, es necesario tener un especial cuidado en los contenidos y aprovechar las diferentes características del ciberperiodismo.

Dentro de las virtudes que aparecen dentro del periodismo virtual están la rapidez e inmediatez. La conexión directa de los ordenadores permite que la información se conozca en tiempo real. Por ejemplo, la versión impresa de un diario emite noticias que ya pasaron, obviamente con mayor profundidad y análisis, a diferencia de la radio o la televisión. En tanto, la versión en línea de un rotativo permite que la noticia se actualice e incluso se incluyan links para ampliar los datos.<sup>17</sup>

También, el periodismo digital permite la interrelación de personas de todo el mundo y el intercambio constante de ideas, documentos, imágenes y sonidos entre ellas, generando grandes procesos estructurales en el funcionamiento de la sociedad moderna. No obstante, este medio o soporte también presenta deficiencias. Una de ellas es la no posibilidad de focalización en un tema. Al haber tanta información, por ejemplo, la persona no se concentra en una noticia determinada.

“Por otro lado, no genera confiabilidad, puesto que al existir gran conectividad a escala mundial, los individuos pueden emitir información falsa. Es por esto que si alguien quiere conocer sobre algún evento, no va a tener la confianza en la publicación, excepto si proviene de una empresa relacionada con los medios masivos de comunicación”.<sup>18</sup>

Dentro del análisis de los también cibermedios se destaca el dinamismo, entendido como el grado de aprovechamiento que los nuevos medios hacen de las posibilidades que ofrece el soporte en línea. Al hablar de posibilidades el autor se refiere a los siguientes indicadores:

Uno de ellos es la hipertextualidad, que implica la posibilidad de unir, mediante vínculos, diversos documentos, lo que da al lector la opción de escoger entre varios itinerarios posibles, y escapar así de una linealidad impuesta por la limitación técnica de los medios precedentes. La configuración hipertextual permite ordenar el contenido informativo de una manera esquemática. Un ejemplo son los índices que aparecen en las versiones on-line de los periódicos. Las opiniones y el desarrollo de discusiones también es posible en la versión impresa de un periódico; sin embargo, existen limitantes en el intercambio de ideas pues la retroalimentación tarda al menos un día.

---

<sup>17</sup> Ramón Salaverría, Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005, p. 65

<sup>18</sup> Ibid., p.83

También, aparece la multimedialidad, que enriquece al texto con imágenes, video, audio, infografías, fotogalerías y gráficos animados. La información visual ofrece más rápidamente todos los detalles y posibilita al receptor la creación de su propia apreciación sobre la información en vez de imponerle la creación de una imagen a partir de la visión del emisor reflejada en su descripción. El uso de estas herramientas le da la pauta al lector para que se transporte al lugar de los hechos y sea testigo visual de los mismos.<sup>19</sup>

Además, está la interactividad, cuya máxima expresión repercute en la personalización de la información por parte del usuario y en la interacción entre este y el productor de contenidos mediante el propio medio. La interactividad de un periódico en línea se hace presente a través de foros, blogs, promociones y concursos dirigidos al usuario, las encuestas, las cartas al editor y el webmail, elementos enfocados a facilitar el diálogo entre quienes visitan una página informativa y los autores de la misma.

Finalmente, la frecuencia de actualización, que satisface las necesidades del usuario con respecto a la renovación e inmediatez en los contenidos, es decir, el público se mantiene informado en todo momento. Esto no ocurre con la versión impresa debido a la naturaleza misma del canal comunicativo.

Las características de Internet, como medio interactivo, proponen y requieren que el periodista realice funciones que eran ejercidas por otros profesionales o simplemente no eran necesarias. Así, el periodista no sólo es periodista en la red sino también gestor y comunicador. Por ejemplo, debe investigar utilizando las fuentes tradicionales como personas y documentación, pero no solamente físicas sino también virtuales; es decir, internautas y sitios web, para crear contenidos propios.

“Además, debe redactar la información considerando la heterogeneidad de los usuarios, y presentar la información considerando el texto, audio, imágenes, foros, a través de la utilización del hipertexto para contextualizar y relacionar las informaciones dentro del mismo sitio o enlazando con otros sitios. Cada noticia debe ser actualizada constantemente”.<sup>20</sup>

También, desarrolla mayores responsabilidades como el diseño de la interfaz, en donde se presentarán los contenidos, a nivel gráfico y la forma cómo se estructurarán los contenidos y cómo se interrelacionarán los textos, imágenes, audio, entre otros. Además, debe diseñar las formas de almacenamiento de la información y acceso a los

---

<sup>19</sup> Ramón, Salaverría, op. cit., p. 70

<sup>20</sup> Palomo María Bella, El periodista on line: de la revolución a la evolución, Sevilla, Comunicación Social, 2004, p. 33

archivos. Por otro lado, trabajará conjuntamente con diseñadores, programadores, administradores de sistemas, área comercial, etc.

El periodismo electrónico exige a los profesionales de la comunicación nuevas competencias que van desde la asimilación de destrezas en el manejo de herramientas de software hasta la adquisición de una serie de conocimientos de índole teórico-práctica sobre los fundamentos y pautas de redacción de los mensajes periodísticos destinados a ser difundidos en el medio on-line. En este sentido, las facultades y centros de estudios universitarios que se encargan de la formación de los futuros periodistas deberían ir incorporando en sus planes de estudio nuevas materias que garanticen que los futuros licenciados posean el nuevo perfil que se requiere.

## Capítulo II

### 2. Género

#### 2.1. Definición

El concepto de género ha sido trabajado en los últimos treinta años desde múltiples facetas que buscaban dar cuenta de la complejidad que lo caracteriza, ya que esta noción hace referencia a diversos niveles de análisis y es una estructura dentro de la cual se superponen varias lógicas que pueden seguir diferentes trayectorias históricas. Sin embargo, a lo largo de este capítulo se proporcionarán varios conceptos sobre este término y su clasificación.

El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos. Además, es una forma primaria de las relaciones significantes de poder. El lugar ocupado por el género en el espacio social hace de este una categoría conceptual de gran pertinencia para el análisis de las sociedades contemporáneas y lo convierte en un revelador particularmente agudo de problemáticas sociales más amplias, entre las cuales cabe mencionar la inscripción de la desigualdad en los cuerpos, las articulaciones e intersecciones entre las diferencias sociales, la relación entre los hechos locales y las realidades globales, y la crisis de sentido que caracteriza a la sociedad contemporánea.<sup>21</sup>

Los estudios de género pueden contribuir a la comprensión de esas trayectorias individuales y al estudio de ese déficit de sentido que parece afectar la contemporaneidad en su conjunto. Se habla de crisis de masculinidad y feminidad, aunque de modo más riguroso se debería hablar de la crisis de un género como un todo, ya que la feminidad y la masculinidad no son sino configuraciones de prácticas dentro de un sistema de relaciones de género.

El género, como categoría social, es una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo contemporáneo. Esta categoría analítica surgió para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres, poniendo el énfasis en la noción de multiplicidad de identidades. Lo femenino y lo masculino se conforman a partir de una relación mutua, cultural e histórica. El género es una categoría transdisciplinaria, que desarrolla un enfoque globalizador y remite a los rasgos y funciones psicológicos y

---

<sup>21</sup> Mara Viveros Vigoya, “Notas en torno de la categoría analítica de género” en: Ética: masculinidades y feminidades, Ángela Inés Robledo y Yolanda Puyana Villamizar (compiladoras), Bogotá, ed. Universidad Nacional de Colombia, 2000, p.63



socioculturales que se le atribuye a cada uno de los sexos en cada momento histórico y en cada sociedad.

En tanto, se podría definir que las relaciones de género son relaciones de poder, desiguales y jerárquicas, y no meras dicotomías o relaciones simétricas y complementarias, como pretenden las categorías del pensamiento común. Los usos, las costumbres sobre las formas de actuar y decir las que moldean, en cada cultura, las distintas concepciones y actitudes hacia lo femenino y masculino.

Según Mara Viveros Vigoya, en el texto “Notas en torno de la categoría analítica de género”, el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos. Esta categoría es una forma primaria de las relaciones significantes de poder. Como elemento constitutivo de las relaciones sociales, el género comprende cuatro aspectos interrelacionados e interdependientes:

Un aspecto simbólico perteneciente a los mitos y símbolos que evocan de manera diversa (y a menudo contradictoria) representaciones de la diferencia sexual. Según el antropólogo Stanley Brandes, los símbolos populares que representan el demonio (la cabra o la serpiente) están asociados con lo femenino y no con lo masculino, como sucede en otras tradiciones occidentales; en la práctica cristiana, imágenes tan dispares entre sí como las de Eva y María son empleadas para simbolizar la feminidad.

Un aspecto normativo que expresa las interpretaciones de los significados de estos símbolos y se manifiesta en doctrinas religiosas, educativas, científicas, políticas o jurídicas, que definen qué es, qué debe hacer y qué se espera socialmente de un hombre o de una mujer. Estas declaraciones normativas son producto de conflictos y disputas entre distintas posiciones y no el fruto del consenso social, como se pretende, por ejemplo, en grupos religiosos fundamentalistas que invocan la defensa de un rol supuestamente tradicional para las mujeres, ignorando el hecho de que existen pocos precedentes históricos que demuestren un desempeño indiscutible de ese rol.

Un aspecto institucional tocante a organizaciones sociales como las definidas por las relaciones de parentesco y la familia, el mercado de trabajo, los organismos educativos y políticos. Es importante tener en cuenta que las prácticas organizacionales de estas instituciones se hallan estructuradas con relación al género. Por ejemplo, en su mayoría, los cargos de responsabilidad son ejercidos por hombres. Este hecho revela la importancia de la definición cultural de la masculinidad en la sociedad.

Un aspecto subjetivo referido a las identidades de los hombres y mujeres reales que no satisfacen necesariamente las prescripciones de la sociedad ni se acomodan a las categorías analíticas. Dichas identidades subjetivas no se construyen por fuera de una serie de actividades, representaciones culturales y organizaciones sociales históricamente específicas.

Las características de género no solamente varían de un país a otro y de una época a otra, sino también en los espacios y las relaciones de la vida cotidiana. El régimen doméstico de género se basa en la producción doméstica como principal estructura y lugar del trabajo femenino, donde se explota su trabajo y su sexualidad, y en la exclusión de las mujeres de la vida pública. El régimen público de género no excluye a las mujeres del ámbito colectivo, pero las subordina dentro de las estructuras del trabajo remunerado y del Estado, mediante la cultura, la sexualidad y la violencia.

Un ejemplo del caso mencionado antes es la vida doméstica, que no deja de ser una estructura importante de la forma pública, pero nunca es la principal. Los beneficiarios de la versión doméstica son en primer lugar los maridos y los padres de las mujeres que están en casa, mientras que en la versión pública se produce una apropiación más colectiva. En su forma doméstica, esta es la segregación y la subordinación.

Además, Viveros Vigota, señala que dentro de los estudios de género se presentan diferentes niveles de relaciones. El primero se refiere a las relaciones de poder, en donde el eje principal de este es el orden del género, tanto en América Latina como en Europa, es la absoluta subordinación de la mujer al dominio masculino, es decir, a la estructura que el movimiento de la liberación de la mujer denomina patriarcado, “que es una forma de organización política, económica, religiosa y social basada en la idea de autoridad y liderazgo del varón, en la que se da el predominio de los hombres sobre las mujeres, el marido sobre la esposa, del padre sobre la madre y los hijos e hijas, y de la línea de descendencia paterna sobre la materna”.<sup>22</sup>

El segundo nivel consiste en las relaciones de producción. Las divisiones de género más comunes en el ámbito del trabajo afectan al reparto de las tareas. La misma atención merecen, también en el terreno laboral, las consecuencias económicas de la división del trabajo, es decir, los beneficios que recogen los hombres a partir de la desigual distribución del producto del trabajo social. Este apartado se analiza casi

---

<sup>22</sup> <http://perso.gratisweb.com/carlosmanzano/Zumbado.html>

siempre como desigualdad salarial. Una economía capitalista que funciona a través de la división de género en el trabajo es necesariamente un proceso de acumulación basado en este ciencia. Por tanto, el hecho de que los hombres sean quienes controlan la mayor parte de las grandes empresas y grandes empresas privadas no es un accidente estadístico, sino un aspecto de la creación social de la masculinidad. Aunque parezca poco verosímil, la acumulación de riqueza se halla estrictamente vinculada al terreno reproductivo a través de las relaciones sociales de género.

Sin embargo, estas no son las únicas explicaciones en torno al género. Cabe señalar en este punto que “el género, al igual que la clase social y la etnia, está presente de manera transversal en todas las relaciones sociales. Además, esta categoría es la forma mediante la cual se aprende lo que es el poder. Evidentemente, es en las relaciones familiares, viendo cómo se relacionan padre y madre, hermano y hermana, donde se observa desde la infancia el significado concreto de este término. Por otra parte, las relaciones entre hombres y mujeres sirven de significante simbólico del poder en los discursos políticos”.<sup>23</sup>

En este texto se cita también a Foucault, quien estableció que el poder opera mediante leyes, aparatos e instituciones que ponen en movimiento relaciones de dominación. Sin embargo, esta no se remite al viejo modelo de una subyugación sólida, global, aplastante, que una persona o u grupo que centraliza el poder ejerce sobre la gran masa del pueblo. El gran descubrimiento que hizo Foucault fue determinar que el poder se lo ejerce de múltiples formas en las diversas interrelaciones, pues se maneja por medio de una red de relaciones que atraviesa todos los ámbitos, todos los niveles sociales, etc. Es decir, este se maneja en gran parte mediante el uso de la palabra, que estructura las maneras de concebir el mundo y de relacionarse con este.

Entonces, se puede decir que género es el sistema de saberes, discursos, prácticas sociales y divisiones de poder que dan contenido específico al cuerpo sexuado, a la sexualidad y a las diferencias físicas, socioeconómicas, culturales y políticas entre los sexos en una época y en un contexto determinados. En este punto, cabe aclarar que una de las razones por las cuales las relaciones entre hombres y mujeres a menudo se hacen difíciles es su diferencia en estilos comunicativos; la relación hombre-mujer se produce en interacciones que son comparables a comunicaciones interculturales. Esto quiere decir que puede ser tan difícil para un hombre y una mujer entenderse como para

---

<sup>23</sup> Gabriela Castellanos, Sexo, género y feminismos, Bogotá, Instituto Ecuatoriano de Antropología e Historia, 2003, p. 42-43

personas que provienen de culturas diametralmente opuestas, por ejemplo la española y la japonesa.

La actuación personal aparece como una lucha por ocupar una posición superior en esa jerarquía y defenderse de los otros, y el temor más arraigado es el fracaso. Se valora principalmente el éxito personal logrado en competencia individual con los pares y la comunicación se ve como un medio para impartir información y demostrar el conocimiento y la competencia del hablante. Por esta razón, las conversaciones a menudo se consideran negociaciones entre rivales, en las cuales se espera sobresalir y derrotar al interlocutor, visto como adversario.

Género también se refiere a las características que socialmente se atribuyen a las personas de uno y otro sexo. Los atributos de género son femeninos o masculinos. Entre otros, se consideran atributos femeninos a la delicadeza en los comportamientos, la no violencia, la inclinación por el cuidado de otros (el altruismo), la inclinación por las tareas domésticas y manuales, la menor capacidad de abstracción, la belleza. Como masculino, por oposición, se considera la brusquedad en las actuaciones, la violencia, el egoísmo, la competitividad, una mayor capacidad de abstracción, la fealdad.<sup>24</sup>

Lo que la distinción busca poner en evidencia es que una cosa son las diferencias biológicamente dadas y otra es la significación que culturalmente se asigna a esas diferencias. El que las mujeres sean reproductoras es un hecho biológico que ha determinado ciertas prácticas culturales, como la de que sean las mujeres las encargadas de cuidado y crianza de los niños. Al introducir el género como estructura social, los hombres dejaron de ser blancos de ataque, así como las mujeres dejaron de ser víctimas.

Por tanto, tener conciencia de género implica poseer conciencia de las relaciones de poder entre los sexos atravesadas por las variables o condiciones de raza, clase, opción sexual, edad, discapacidad visible, entre otros factores. Implica también entender que se vive bajo un sistema de sexo/género con dominación masculina (o en otras palabras un patriarcado) que no puede ser eliminado por un esfuerzo individual sino que debe ser cambiado en sus propias estructuras por medio de la concientización.

Por otro lado, cabe señalar que la modernidad no solo produce una modalidad de orden, sino que también lo justifica. En este punto, surge también un nuevo concepto de género como el “conjunto de relaciones sociales que, basadas en las características biológica, regula establece y reproduce las diferencias entre hombres y mujeres. Se trata

---

<sup>24</sup> Gabriela Castellanos, op.cit., p. 56

de una construcción social, de un conjunto de relaciones con intensidades específicas en tiempos y espacios diversos”.<sup>25</sup>

Las ideologías de género son construcciones discursivas que surgen en sociedades estructuradas sobre la base de relaciones asimétricas entre los sexos. Esta asimetría consiste en designar diferenciaciones de modo tal que tareas y funciones asignadas a hombres y mujeres, al igual que otros atributos como el prestigio y el poder, no guardan la misma proporción o no son comparables. De esta forma, el género es la construcción social de la diferencia entre los sexos; el sexo socialmente construido y las ideologías masculinas constituyen su expresión en la subjetividad de hombres y mujeres.

En razón de lo anterior y en resumen de los diversos conceptos, el género es un sistema de significados determinado por la ideología dominante de una sociedad. Por esa razón, el género, como la sexualidad, no es una propiedad de los cuerpos ni algo existente desde el origen de los seres humanos, sino que es un conjunto de efectos producidos sobre los cuerpos, los comportamientos y las relaciones sociales. Como tal, constituye la representación de la relación entre hombres y mujeres construida socialmente; al mismo tiempo que constituye una construcción sociocultural, es un aparato semiótico, o sea, un sistema de representación que asigna significado a los individuos dentro de la sociedad.

## **2.2. Visión de género**

### **2.2.1. Machismo**

Las ideologías de género se articulan bajo un modelo. El paradigma dominante de la masculinidad es considerado como tal, esto es, en el doble sentido de representación simbólica de la realidad (así se concibe la masculinidad) y norma (así se orienta la conducta de un hombre). “La masculinidad hegemónica constituye un saber ideológico que orienta, motiva e interpela a los individuos concretos constituyéndose en sujetos, a la espera de una respuesta sujeta a la norma. Al mismo tiempo, la existencia de un modelo dominante supone la posibilidad de subjetividades masculinas que se

---

<sup>25</sup> Robin West, Género y teoría del derecho, Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 2000, p.31

relacionan en forma diversa con el paradigma, acatando, negando o pervirtiendo su mandato de acuerdo con el contexto en que se encuentren”.<sup>26</sup>

Los nuevos patrones de inserción laboral de las mujeres con sus múltiples efectos sobre las formas de organización de la vida cotidiana, los roles sexuales y dinámicas tradicionales de la familia han generado la necesidad de comprender y modificar el lugar que ocupan los varones en las actuales relaciones de género.

El libro “Familia, género y antropología: desafíos y transformaciones” presenta ocho perspectivas de estudiar y explicar lo masculino, tanto desde un punto de vista teórico como desde el movimiento social. La perspectiva conservadora reafirma los roles de género tradicionales y postula que el lugar social de los hombres, como proveedores económicos y protectores de la familia, es una expresión de la naturaleza masculina y su papel civilizador. La perspectiva pro feminista plantea que la masculinidad es el resultado del privilegio de los valores y la opresión de las mujeres y tiene efectos negativos sobre ellos. La tercera perspectiva considera que los hombres son víctimas de los roles tradicionales masculinos y se opone al feminismo, planteando que este que este movimiento no ha generado para los valores las mismas opciones que ha logrado para las mujeres. La perspectiva socialista se basa en la idea de que el capitalismo patriarcal define las masculinidades, asociándolas a distintos tipos de trabajo y al control del trabajo de unas clases por otras. La quinta perspectiva es la llamada mito-poética: explora los niveles profundos de la universalidad transhistórica de la masculinidad. La sexta, séptima y octava perspectivas -la homosexual, la afroamericana y la evangélica- señalan el carácter no universal de la masculinidad y la forma en que esta se diferencia de entre distintos grupos de hombres según su preferencia sexual, su raza o grupo étnico y su adscripción religiosa.

En la corriente machista se debate lo relacionado con la construcción masculina de la identidad y los problemas de los hombres frente al género. Al interior del masculinismo se identifican actualmente dos posiciones: la de los llamados “masculinistas mitopoéticos” y la de los “masculinistas profeministas”. Los primeros sostienen que la principal consecuencia que ha tenido la industrialización para los hombres es la ausencia del padre, lo que ha generado fallas en el proceso de la identidad masculina, conocido como herida de padre. Reivindican los valores asociados a lo

---

<sup>26</sup> Mara Viveros Vigoya, “Perspectivas latinoamericanas actuales sobre la masculinidad” en: Familia, género y antropología: desafíos y transformaciones, Patricia Tovar Rojas (editora), Bogotá, ed. Universidad Nacional de Colombia, 2003, p.84

masculino como la protección, la fuerza, el trabajo. Además, critican las imposiciones sociales de la competitividad, el egoísmo, la delegación del trabajo de cuidado a las mujeres, la violencia.

En tanto, los masculinistas profeministas si bien comparten la preocupación por la construcción de la identidad masculina, no creen que los problemas se deriven de una “herida de padre” sino de una “herida de madre”, un rechazo por lo femenino vinculado a la misoginia social. Comparten con las feministas la creencia de que las sociedades en las que se vive son patriarcales y deben ser transformadas no solo por el bien de las mujeres, sino también por el de los hombres.

Por otro lado, también se distingue la existencia de cuatro enfoques presentes en las definiciones de masculinidad, fácilmente diferenciables en cuanto a su lógica, pero constantemente superpuestos en la práctica. El enfoque positivista define el núcleo masculino en torno a un rasgo central, como puede ser la actividad para el psicoanálisis, al cual se le agrega una serie de características propias de las vidas de los hombres. Este enfoque resulta bastante débil debido a la arbitrariedad con la cual se define la esencia de la masculinidad.

El enfoque positivista define la masculinidad de una manera sencilla, como lo que los hombres realmente son. Esta definición es la base lógica de las escalas de la feminidad-masculinidad en psicología o de las descripciones etnográficas de lo que se denomina el modelo de la masculinidad. Este enfoque presenta tres dificultades: la primera es el hecho de que no hay ninguna descripción sin punto de vista y los puntos de partida siempre son asunciones de género; la segunda, que para hallar atribuciones sociales de género se parte de supuestos fijos en torno a estas atribuciones, así que se parte de lo que se quiere investigar, y finalmente la tercera es que supone una identidad fija con unas características claramente definibles para lo masculino y lo femenino.

Las definiciones de tipo normativo reconocen las diferencias intragéneros y plantean que la masculinidad es lo que los hombres deberían ser. Cada hombre se aproximaría en mayor o menor medida a esta norma, pero pocos se adecuarían plenamente a ella, de lo cual se desprende la pregunta por la legitimidad de dicha norma. Otro problema de este enfoque es el hecho de que la definición normativa se centra en los roles y no resuelve el problema de la correspondencia entre rol e identidad.

Los enfoques semióticos definen la masculinidad mediante un sistema de diferencia simbólica en que se contrastan los lugares masculino y femenino. Dentro de esto, la masculinidad es el lugar de la autoridad simbólica, mientras que la feminidad es

definida por la carencia. Esta teoría permite entender la masculinidad dentro de un sistema conectado de símbolos; en este caso, un sistema de relaciones de género. Sin embargo, tiene límites que tienen que ver con su excesiva focalización en el discurso y el desconocimiento de algunas relaciones (de producción, consumo y poder) centrales en cualquier análisis social.

La interiorización de las relaciones de género es clave en la construcción de la identidad; asimismo, los comportamientos favorecen al fortalecimiento y adaptación de las instituciones y estructuras sociales. Este proceso es definido como trabajo de género de una sociedad y se expresa como un proceso activo y permanente de creación y recreación del género, con tareas particulares en momentos específicos, y que permiten responder a las relaciones cambiantes de poder de género. Desde este punto de vista, la masculinidad se construye y cambia: desde una cultura a otra, en una misma cultura a través del tiempo, durante el curso de la vida de cualquier hombre y entre diferentes grupos de hombres, según su clase, raza, grupo étnico y preferencia sexual.

Por ejemplo, en diversas culturas, el estereotipo del macho se forma a partir de una serie de características: no llorar nunca, ser el mejor, competir siempre, ser fuerte, no implicarse afectivamente ni renunciar nunca. Por lo general, las sociedades exigen a sus varones pasar por pruebas para probar su masculinidad, que aparece como una cualidad muy deseada y, a la vez, difícilmente alcanzable. De esta manera, la condición masculina estaría constantemente en duda, por lo que necesita su prueba y afirmación y personal. Si los hombres deben pasar por pruebas para probar su masculinidad, es precisamente porque esta no está determinada por la naturaleza. Por esta razón, las culturas establecen pautas, rituales, pruebas, sistemas de premios y castigos que incentivan la conducta agresiva y activa, e inhiben los comportamientos pasivos. Socializarse como varón bajo el modelo tradicional es un proceso difícil que requiere un beneficio simbólico y natural, que consiste en la posibilidad de ejercer algún poder.

A lo largo de su socialización cultural, el varón internaliza un rasgo básico de su condición: la construcción social del varón va ligada a la noción de importancia, es decir, el principal mandato cultural del hombre es ser importante. Este modelo-imagen cumple dos funciones contradictorias entre los varones: proveer un refugio en la medida en que el orgullo corporativo masculino y las prerrogativas que establece hacen vivible la existencia y, al mismo tiempo, impugnar y angustiar en virtud de que la grandeza del modelo-imagen masculino no logra ser alcanzada por ningún sujeto.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Mara Viveros Vigoya, op. cit., 95



Los últimos estudios de antropología centrados en los hombres como género subrayan la importancia de las relaciones masculino-femenino en la construcción que los hombres hacen de su propia identidad: la masculinidad es cualquier cosa que no sean las mujeres. Esto es extensivo a muchas culturas y a muchas épocas históricas. “Los varones aprenden antes lo que no deben hacer o ser para lograr la masculinidad que lo que deben hacer o ser. Hacer valer la identidad masculina es, ante todo, convencerse y convencer a los demás de tres cosas: que no se es bebé, que no se es homosexual y, principalmente, que no se es mujer”.<sup>28</sup>

Otra característica importante y bastante generalizada a lo largo de la historia y a través de muy diversas culturas y civilizaciones es la creación de vínculos masculinos y de lugares y ocasiones en que quedan excluidas las mujeres. Se ha pretendido vincular esta necesidad a la necesidad de protección y solidaridad durante los muchos milenios en que el hombre fue cazador y guerrero.

De este modo, quedan también justificadas, como herencia a través de los genes masculinos, las tendencias a la agresión, la competitividad, el poder político, la jerarquía y la promiscuidad. De aquí, a justificar por qué la relación sexual para el hombre es un acto de posesión y dominación en todas las culturas y en todos los tiempos, sólo hay un paso. Muchos estudiosos apelan a la biología y a la historia para llenar el vacío que dejó la religión para justificar la supremacía del patriarcado (visto anteriormente en la definición de género).

### **2.2.2. Feminismo**

El convencimiento de que la posición absolutamente subordinada que ocupa la mujer en cada sector social con respecto a los hombres no se debe a que por naturaleza es inferior, ni que ha tenido menos oportunidades o menos educación -aunque esas carencias contribuyen también a su sometimiento- sino a que la sociedad está basada en una estructura de género que mantiene a las mujeres de cualquier razón social o clase subordinadas a los hombres de su misma condición, con menos poder que los varones.

Ante esta problemática nació la corriente del feminismo, teoría que sostiene que las mujeres de todas las clases, razas, etnias, edades, discapacidades, creencias, opciones sexuales, etc., son discriminadas, subordinadas y oprimidas en razón de su

---

<sup>28</sup> Ibid., p.98

sexo; que tienen experiencias, vivencias y necesidades que no son tomadas en cuenta ni satisfechas y que para eliminar esa discriminación y subordinación, y satisfacer sus necesidades, se requieren cambios profundos en la distribución del poder político, económico y social entre los sexos.

El feminismo propone a la mujer un compromiso político y un cambio para sí y para el mundo. El feminismo plantea un compromiso para la plena apreciación de lo que las mujeres inscriben, articulan e imaginan en formas culturales: las intervenciones en el campo del sentido y la identidad que proceden de ese lugar llamado “la mujer” o “lo femenino”.

El feminismo se refiere también a una revolución teórica en la comprensión de los conceptos de arte, cultura, mujer, subjetividad, política, etc., pero no implica la unidad en el campo de teórico, en la perspectiva adoptada o en la posición política. Esta corriente se ha identificado con un movimiento de mujeres, lo cual es importante desde el punto de vista histórico, pero en el momento actual su autonomía, como lugar en el que se sitúa la cuestión del género, adquiere un significado político y teórico especial.<sup>29</sup>

El proyecto feminista implica el desmantelamiento de las bases que sostienen las relaciones sociales cotidianas y la mayoría de las instituciones y estructuras de poder, así como de los fundamentos teóricos de las divisiones convencionales de género. Los dualismos profundamente interiorizados estructuran la identidad personal y la vida cotidiana, y este hecho tiene consecuencias para la vida de otras personas, porque estructura la práctica de las relaciones y las dinámicas sociales, y extrae la codificación de lo femenino y lo masculino de los cimientos sociofilosóficos más profundos de la sociedad occidental.

Además, “como corriente feminista se conoce además al conjunto de personas, acciones y teorías que asumen un compromiso político con la idea de que las mujeres son las perdedoras en el juego social dentro de las sociedades contemporáneas. Piensan además que la sociedad es patriarcal, es decir, aquella en la que existe una supremacía de lo masculino”<sup>30</sup>. Las defensoras del uso del término feminismo señalan que el valor que tiene la unidad para la lucha política cuando se está ubicado en la posición del menos poderoso dentro de la sociedad. También, ponen en evidencia el efecto perverso que podría tener sobre la organización de mujeres al subrayar excesivamente la diferencia y no lo común.

---

<sup>29</sup> Robin West, op. cit., p. 35

<sup>30</sup> Robin West, op. cit., p. 33

Una vez delimitado el campo de las prácticas teóricas y políticas que pueden considerarse feministas, lo que se encuentra es una enorme diversidad, que es el resultado de la propagación de este movimiento y sus adeptas. Esto es el resultado de las diferencias en los modos de entender la opresión de la mujer en las sociedades actuales, tanto en lo abstracto como en lo concreto. Estas diferencias en la comprensión de la opresión se reflejan a su vez en las transformaciones que se proponen y, por lo tanto, en las estrategias políticas que deben asumirse.

Según el autor Robin West, teniendo como criterio el de las diferencias en los modos de entender la opresión, la primera distinción que cabe hacer dentro de las teorías feministas son las de aquellas que consideran que las mujeres son oprimidas porque no son tratadas de modo igual a los hombres, y las que consideran que las mujeres son oprimidas porque no se reconoce como valiosa su diferencia respecto de los hombres. En tanto, hay varias clases de teorías del feminismo.

Dentro del primer grupo (feminismos de la igualdad) se incluyen a su vez distintas interpretaciones de lo que significa la igualdad que se pretende. De esta manera, para algunas feministas, la igualdad debe ser considerada como tal en cuanto a las oportunidades (feminismos liberales clásicos -igualdad en las oportunidades formales- y feminismos liberales sociales -igualdad en las oportunidades materiales o reales-). Para otras, la igualdad debe reflejarse en el acceso a los recursos (feminismos socialistas). A estos dos grupos se agrega el de las llamadas feministas radicales, que sostienen que el género es la estructura social predominante y que el problema de las mujeres radica en la falta de poder.

Siguiendo con las teorías de Robin West, el feminismo liberal clásico tiene sus raíces en sus reivindicaciones de las mujeres dentro del marco de la Revolución Francesa. Sin embargo, este fue víctima de ataques en el sentido de que la mera igualdad formal, es decir la igualdad en la ley, no podía ser una garantía suficiente en sociedades con profundas desigualdades sociales. Por último, este feminismo fue criticado por acoger ciegamente los parámetros sociales vigentes en cuanto a lo que debe ser un ser humano, parámetros que reflejan el punto de vista masculino y no tenían en cuenta las capacidades y necesidades específicas de las mujeres.

Los esfuerzos de las feministas liberales clásicas se dirigieron principalmente contra las normas jurídicas que excluían a las mujeres como destinatarias de ciertos derechos. Sus críticas se encaminaron contra las reglas que preveían el derecho al voto solamente para varones, contra las que establecieron la potestad marital y contra las

restricciones en la educación superior que impedían a las mujeres entrar a las universidades de los hombres, y contra las normas laborales que restringían acceder a ciertos empleos u horarios. En estos casos, las normas jurídicas fueron transformadas para proveer iguales derechos a hombres y mujeres.

Entonces, el feminismo liberal social aparece como una alternativa que intenta superar las deficiencias anotadas anteriormente. Esta teoría sostiene que la libertad no puede ser ejercida si no cuenta con los recursos materiales necesarios y, por tanto, propone entender a la libertad en relación directa con la igualdad de recursos. Se concentra entonces en mostrar que si bien las mujeres tienen acceso al empleo, están peor remuneradas que los hombres, tienen jornadas laborales más largas porque no deben solamente atender sus obligaciones frente al trabajo, sino también asumen tareas de cuidado y doméstico; además, sufren discriminación en el empleo que les impide entrar a ciertas áreas del mercado y ascender.

Las feministas liberales sociales recogen el reclamo del desconocimiento de la diferencia femenina para exigir que las mujeres reciban tratamiento especial en lo relacionado con sus funciones de reproducción, particularmente en la forma de apoyo a las mujeres embarazadas y desempleadas, y en la protección laboral de la mujer embarazada (licencia de maternidad y lactancia). Las feministas sociales reconocen al género como estructura de opresión social. Lo que proponen es que el patriarcado y el capitalismo sean vistos como sistemas mutuamente dependientes. La opresión se entiende en este caso como las restricciones impuestas a los seres humanos que les impiden desarrollarse como tales. La explotación como el abuso económico que hacen quienes detentan los medios de producción a quienes carecen de ellos y deben vender su fuerza de trabajo.

Por otro lado, el feminismo de la diferencia, también llamado feminismo cultural, se aparta de los feminismos liberales y socialistas precisamente en su reivindicación de la diferencia de las mujeres y en su reclamo por el reconocimiento de esta diferencia. Esta teoría se basa en que las mujeres razonan contextualmente y atendiendo a las conexiones, mientras que los hombres tienen un razonamiento abstracto y se centran en los individuos entendidos como células aisladas. Estas diferencias en el razonamiento moral responderían a diferencias en la formación de la identidad; es decir, las niñas en su desarrollo tienden a identificarse con la madre, a ser una con ella. Por el contrario, los niños deben separarse de la madre para lograr su identificación.

La consecuencia de esto es que mientras las mujeres perciben el mundo social como un conjunto de relaciones de las cuales ellas son parte y que merecen su atención y cuidado, los hombres perciben un mundo compuesto por individuos cuya autonomía debe ser protegida. El principal valor de las mujeres sería el cuidado, y su mayor temor, el aislamiento. Por el contrario, los hombres valorarían la autonomía, y su mayor temor sería el entrar en conexión, llegar a la intimidad, etc.

Por último, el feminismo radical manifiesta que la estructura fundamental de la sociedad es el género, siendo esta la línea que determina primariamente la distribución del poder. En virtud de que los hombres tienen el poder, lo que se manifiesta en su libre acceso a la feminidad, tienen la posibilidad de definir lo que es mujer. Entonces, las mujeres silenciadas y despojadas de sus posibilidades de identificación se convierten en objetos de intercambio. La superación de esta condición exige la creación del conocimiento propio a través del método de la “elevación de conciencia”, que permitirá la transformación de las estructuras sociales. Cabe señalar que las críticas de las feministas radicales han conseguido la penalización de la violencia entre cónyuges, la regulación del acoso sexual, la introducción de normas procesales que protegen a las mujeres en los procesos por violaciones, así como la introducción de los conceptos de la violación entre conocidos y la violación en citas.

Por otro lado, según West, los feminismos se distinguen también según la prioridad que se le da al factor del género en la comprensión de la opresión de los individuos. Siguiendo este parámetro, los feminismos pueden distinguirse en feminismos esencialistas de género y feminismos antiesencialistas de género. Los primeros, dentro de los cuales se incluyen con matices todos los feminismos a los que se han hecho referencia, son aquellos que consideran que el género es el principal factor de opresión para todos los individuos que pertenecen al sexo femenino. En tanto, los segundos rechazan esta preponderancia del género y afirman que la opresión que padecen los individuos del sexo femenino es distinta en cada caso porque tan importantes como el género, en tanto factor de opresión, son la raza, la orientación sexual, la clase y la pertenencia a un determinado grupo étnico. En este caso, se puede ubicar los feminismos de las mujeres negras, de las mujeres lesbianas, de las mujeres del tercer mundo y el feminismo postmoderno, que no solamente se presenta como antiesencialista de género, sino como antiesencialista en general.

Actualmente, las mujeres comparten con otros sujetos su condición política de opresión y, con grandes dificultades para ser reconocidas como pares y legítimas, han

confluido con los pueblos indígenas, los homosexuales, las comunidades negras y los grupos juveniles, entre otros, en la crítica política a las opresiones de género, de clase, etnia, racista y etaria: han puesto en crisis el principio ideológico legitimador del orden enajenado que consiste en considera naturalmente desiguales a quienes sólo son diferentes.

No obstante, si bien las mujeres desde hace tiempo han jugado papeles destacados en la vida pública de diferentes países, lo cierto es que hoy día continúan siendo una excepción las mujeres que han logrado acceder a puestos de representación política y son menos aún las que han logrado ocupar cargos altos en la jerarquía política. Sin embargo, es innegable que la participación pública de las mujeres ha traído beneficios, entre los que destacan la posibilidad de reconocer sus capacidades en la resolución de problemas en el mundo público. Esto las ha conducido en muchos casos a percibirse como sujetos de cambio y a entrar en un proceso en donde es inevitable ir más allá del ámbito doméstico, lo que ha significado para muchas la adquisición de nuevos estilos de vida, que las alejan cada vez más de los patrones tradicionales.<sup>31</sup>

### **2.3. Feminismo frente al machismo**

La posición de género frente al machismo sería una clave de interpretación de la sociedad que pretende discernir y denunciar los condicionamientos culturales que oprimen a la mujer y, a su vez, que promueve iniciativas para liberar a la mujer de esos condicionamientos. Además, “se remite a la ubicación y al reconocimiento social, el estatus asignado a las mujeres en relación con los hombres (inclusión en los espacios de toma de decisiones, a nivel comunitario, iguales salarios por igual trabajo, impedimentos para acceder a la educación y a la capacitación, por ejemplo). Como es fácil inferir, la condición y la posición remiten a las necesidades e intereses prácticos y estratégicos”.<sup>32</sup>

Sin embargo, cabe reseñar que desde que los hombres y mujeres comenzaron a organizarse en pequeños grupos que después formaron sociedades, ha existido una división de tareas, funciones y responsabilidades necesarias para la convivencia humana. Aunque existen diversas teorías acerca de cómo se fue estableciendo una división sexual del trabajo, al parecer el punto en que coinciden es que esta división poco a poco comenzó a distribuir funciones de manera diferenciada y con distintas valoraciones, colocando a mujeres y hombres en posiciones desiguales.

En la antigüedad, al igual que en la modernidad, la división social del trabajo se halla estrechamente ligada a las características físicas de cada sexo, de tal manera que

---

<sup>31</sup> Roben West, op. cit., p. 97

<sup>32</sup> Mónica Gogna, Estudios sobre género, machismo y feminismo, Buenos Aires, CEDES, 2007, p. 201

las funciones biológicas y las capacidades físicas de las personas son asociadas con sus posibilidades de desarrollo personal y social. Pero, además, “a la asignación diferenciada de funciones, según se trate de un hombre o de una mujer, se le ha otorgado también un valor desigual: no solamente hombres y mujeres tienen funciones, papeles, actividades y comportamientos diferentes, sino que además estas no valen lo mismo. Es decir, unas son consideradas más importantes que otras, aunque todas sean indispensables para la vida social”.<sup>33</sup>

Las relaciones que se construyen en torno a la división sexual del trabajo están fundadas en la separación de la vida social en dos ámbitos, el de lo público (producción) y el de lo privado (reproducción). El ámbito público ha sido dominio masculino y el privado sigue siendo femenino, aunque recientemente empiezan a cambiar las cosas, todavía la ideología sexista establece exclusiones y diferencias con base en el sexo de las personas.

Actualmente, la figura de proveedor no es solamente masculina, pues un porcentaje importante de mujeres son cabeza de familia y aportan recursos económicos para al sostén de la vida familiar. Sin embargo, el trabajo que desempeñan las mujeres es considerado aún como trabajo voluntario, que solamente es un apoyo para el aportado por los hombres, por ende es menos valorado y remunerado.

A pesar del aumento de las mujeres en el ámbito laboral, estas viven discriminación, ya que se les considera con menor capacidad para trabajar en lo relacionado con la investigación, dirección, gestión o la fuerza física. Las actividades para las que se les contrata son casi siempre una prolongación de las tareas del hogar, como el cuidado de los otros, la educación de niveles básicos y el trabajo doméstico, actividades que suelen ser las menos remuneradas y reconocidas socialmente. Además, se considera que es mejor contratar a hombres que a mujeres, ya que ellos no se embarazan y no faltan porque se les enferman los hijos e hijas.<sup>34</sup>

Han sido fundamentalmente las crisis económicas de las sociedades las que han conducido a que actualmente se promuevan algunos cambios en la participación de hombres y mujeres en el ámbito laboral. Sin embargo, todavía falta mucho para ganar una igualdad de condiciones y de oportunidades en contrataciones y ascensos; lograr igual salario para igual trabajo entre hombres y mujeres, obtener permisos de paternidad, es decir, falta un largo camino que recorrer para lograr la equidad en materia laboral.

---

<sup>33</sup> Ibid., p. 207

<sup>34</sup> [www.vidahumana.org/vidafem/feminismo](http://www.vidahumana.org/vidafem/feminismo)

Es decir, aún está pendiente el reconocimiento y valorización de su papel en la vida pública, la consideración de sus opiniones y propuestas en la definición de políticas y una mayor presencia en los cargos de poder y toma de decisiones en las instituciones públicas, sociales y de representación popular. El acceso y el ejercicio de sus derechos civiles no son suficientes todavía; es necesario evaluar el impacto de sus experiencias y propuestas en la vida social.

La visibilización moderna de las mujeres, la participación social ampliada y la propia reivindicación humana han puesto en crisis el paradigma del mundo patriarcal. El universal símbolo imaginario y político de lo humano, el ser, el sujeto, no puede más expresar solamente a los hombres y lo masculino como evidentemente hace. El deseo reivindicativo de las mujeres tampoco implica que lo sean en exclusiva las mujeres y lo femenino. La voz humana contiene a ambos géneros y la crítica a su estado actual: a las condiciones de género de cada categoría social, a los modos de vida de las mujeres y de los hombres y a sus situaciones vitales, así como al contenido político de dominación-opresión de las relaciones entre ambos géneros.

Los múltiples movimientos y procesos sociales, políticos y culturales de las llamadas minorías - sujetos desplazados en el orden caduco y sujetos emergentes para el nuevo orden- reivindican el fin del sujeto y la irrupción de múltiples sujetos y sujetas, como cualidad positiva e imprescindible en la construcción de una humanidad inédita ensamblada en la equidad. Diversidad y equidad simultáneas son los principios ético políticos de una cultura justa, y de modos de convivencia y pacto entre sujetos diversos e iguales. Al hacerse partícipes, sus nuevas voces, sus razones, sus imágenes y sus múltiples rostros, así como sus representaciones plurales, develan que en los procesos de dominación, han sido expropiados de su condición humana. Su objetivo político y su sentido filosófico se concretan en cada caso, en lograr la resignificación positiva de sus especificidades históricas, así como el poderío vital indispensable.<sup>35</sup>

La desigualdad entre mujeres y hombres, y la opresión de género se han apoyado en mitos e ideologías dogmáticas que afirman que la diversidad entre mujeres y hombres encierra en sí misma la desigualdad, y que ésta última, es natural, ahistórica y, en consecuencia, irremediable. La nominación de las mujeres en los humanos presupone reconocer que las diferencias entre mujeres y hombres son de género y no solamente sexuales. Los movimientos sociales han insistido en la equidad, en que se reconozca que la desigualdad ha sido construida y no es natural, y en la necesidad de realizar acciones concretas para lograr la paridad entre mujeres y hombres.

Un ejemplo de desigualdad es que las mujeres ganan mucho menos que los hombres. La división existente entre los trabajos “femeninos” y los “masculinos” no

---

<sup>35</sup> Mónica Gogna, op. cit., p. 208



permite defender el principio de “igual salario por igual trabajo”. La segregación de la fuerza de trabajo excluye a las mujeres de los empleos mejor pagados y prestigiosos. En todo tipo de organizaciones, las mujeres están en una situación de inequidad, y rara vez se encuentran en las posiciones de alta gerencia y de dirección.

El hostigamiento y el chantaje sexual son también una lamentable realidad laboral. Aunque cada vez más mujeres ocupan altos puestos técnicos y científicos, e importantes cargos políticos y de la administración pública, todavía representan un porcentaje pequeño de estos. La desvalorización del trabajo asalariado femenino está vinculada con la invisibilidad del trabajo doméstico y de la atención y cuidado humanos. Las condiciones en que las mujeres entran al mercado formal e informal de trabajo están ligadas a las condiciones en que realizan o resuelven su trabajo doméstico. Las consecuencias del entrecruzamiento que se da entre el trabajo doméstico y el trabajo remunerado van desde la carga física y emocional de la doble jornada, pasando por una restricción brutal de sus posibilidades de desarrollo personal, de sus vidas afectivas y sociales, y de su participación política como ciudadanas, hasta llegar a la vulnerabilidad laboral.

Históricamente, el trabajo doméstico no ha sido reconocido como un verdadero trabajo, básicamente por las concepciones de género, que adjudican las labores de atención y cuidado humano en la esfera privada a las mujeres como su función natural y como expresiones de amor. También por el género el trabajo se define tradicionalmente como una actividad masculina y económica. El trabajo doméstico de las mujeres en la familia y el confinamiento de las mujeres trabajadoras a un ghetto femenino de bajos salarios son aspectos complementarios del mismo problema, tal como lo son el hostigamiento sexual, los bajos salarios femeninos y la desvalorización de las habilidades mercadeables de las mujeres. De hecho, todos los aspectos de la situación laboral de las mujeres están interrelacionados: la segregación ocupacional, la discriminación salarial, el hostigamiento sexual, la sobrecarga por las exigencias de las necesidades familiares y por la ausencia de apoyos sociales.

Además, debido a que también las mujeres están convencidas de las valoraciones en las que se origina su discriminación, cuando pretenden desempeñarse en otros ámbitos, reproducen actitudes que refuerzan su imagen tradicional como personas “no aptas” para ciertos trabajos. Esto, sumado a la carencia de apoyos que aligeren las labores domésticas y familiares que se consideran “responsabilidad de las mujeres”, transforma el hecho de trabajar fuera de la casa en una situación que acarrea altos costos

personales. No es de extrañar que muchas mujeres trabajadoras acaben expresando que añoran el papel tradicional idealizado de ama de casa protegida y mantenida, aunque dicho papel también tenga sus costos. Este conflicto se utiliza, una vez más, para confirmar que las mujeres “prefieren” estar en casa que trabajar.

En este punto, la perspectiva o posición del género reconoce este contexto cultural y diseña acciones para garantizar la inserción de las mujeres en el mundo del trabajo y para promover su desarrollo profesional y político. Cuando se ha logrado la inclusión de las mujeres en lo humano ha implicado trastocar la concepción de la humanidad y la experiencia histórica misma y, en ese sentido, los avances son insuficientes.

La concepción sobre derechos humanos no ha logrado instalarse del todo en la cultura, ni como mentalidad ni como práctica, y desde su planteamiento. Aún personas e instituciones de cultura moderna, identificadas con la causa de los derechos humanos, consideran que especificar a las mujeres como género, es discriminatorio. Creen que no es necesario enunciar a las mujeres porque al ser iguales a los hombres en su humanidad y por representar ellos el paradigma de lo humano, están incluidas. Confunden la semejanza con la igualdad a la que consideran parte de una supuesta naturaleza humana.

En tanto, ser diferentes no significa inevitablemente ser desiguales. Por eso, diversidad y paridad son principios de la ética política posmoderna, plasmada en caminos y recursos que desde hace dos siglos se afanan en hacer realidad la equidad genérica. Solamente sobre esa base democrática la humanidad se toma abarcadora, inclusiva y justa. Diversidad paridad son ejes equitativos en las acciones tendientes a modificar las relaciones entre mujeres y hombres, a resignificar a los géneros y a la humanidad.<sup>36</sup>

Así, la igualdad esencialista entre mujeres y hombres niega su desigualdad histórica y obstaculiza ir en pos de la igualdad real. Se considera que hombres y mujeres deben ser iguales y el deber ser sustituye en el argumento a la existencia real. “Los prejuicios sobre la igualdad se apoyan en un recurso del pensamiento mágico simpatético: la igualdad presupuesta, inherente, natural coloca a las mujeres al lado de los hombres y esa posición en el espacio simbólico masculino hace que, por contigüidad y contagio, ellas adquieran sus atributos: en este caso, la calidad humana”<sup>37</sup>. Concebir así la igualdad permite legitimar la subsunción del género femenino en el masculino y reproduce la real desigualdad en la existencia y la enajenación genérica de las mujeres,

---

<sup>36</sup> Paloma de Villota, Globalización y desigualdad de género, Madrid, Síntesis, 2008, p. 107

<sup>37</sup> Paloma de Villota, op. cit., p. 113

que se manifiesta en no ser nombradas, no ser visibles, no tener derechos específicos y no tener existencia propia.

La distribución de los bienes en el mundo sigue pautas de género. La mayor parte de los bienes y los recursos están monopolizados por el género masculino: la tierra, la producción, las riquezas, el dinero, las instituciones y hasta la cultura, son accesibles para los hombres porque ellos las generan o porque las expropián a las mujeres cuando ellas son sus productoras o creadoras.

El control de los recursos y su uso está en manos de los hombres. La llamada política, es decir, el conjunto de actividades, relaciones, acciones y espacios a través de los cuales se decide sobre el sentido de la vida personal y colectiva, está en manos de los hombres. La reproducción privada doméstica es asignada a las mujeres como actividad prioritaria e ineludible en la vida y las mujeres son recluidas en el ámbito privado a recrear la vida cotidiana, subordinadas y bajo control masculino e institucional.

La posición de género frente al machismo plantea que los hombres monopolizan, acumulan e incluso destruyen, con legitimidad, la riqueza social y la vida generadas por el trabajo, las actividades y la imaginación de las mujeres y hombres. “Los hombres son los ricos que reúnen la riqueza social, familiar y personal y controlan incluso los recursos generados por las mujeres. En tanto, las mujeres de todas las clases sociales y las castas, así como de todas las etnias y de diferentes edades, las mujeres de todas las religiones, son pobres económicamente. La mayor contradicción en este sentido consiste en que el género femenino es el que más trabaja, recibe menor retribución personal, posee menor capacidad de apropiación de la riqueza social, y tiene menores oportunidades de desarrollo”.<sup>38</sup>

La condición machista en el hombre no va a sufrir cambios radicales hasta tanto la mujer no tome una posición distinta de las hasta ahora asumidas. El hombre no está dispuesto a cambiar su manera de participar en la relación con la mujer como macho dominante, es decir, que siempre buscará imponerse, porque encuentra el terreno abonado para esto. Es la mujer que tradicionalmente ha permitido que el hombre se comporte como un agresivo machista y ella quizá forzada por el temor, la dependencia económica u otra condición, no ha tomado una posición diferente para oponerse a esta manera coercitiva dominante.<sup>39</sup>

En tanto, aparecen todavía limitaciones palpables, como en el ejercicio de la toma de decisiones que, desde la construcción de género, está determinado igualmente por

---

<sup>38</sup> Mónica Gogna, op. cit., p. 211

<sup>39</sup> Ibid., p. 215

condiciones de inequidad. Desde temprana edad, a los hombres se les enseña a decidir y a valerse por sí mismos, sin consultar a nadie, mientras que a las mujeres se les limita el aprendizaje y el ejercicio de la toma de decisiones. Esto contribuye a reproducir una estructura de poder donde los hombres tienen una posición privilegiada y las mujeres una condición de subordinación, dependencia y falta de opciones y oportunidades. La toma de decisiones y su ejercicio no es privativo de un sexo o de otro, y que es necesario y obligatorio que hombres y mujeres participen en la toma de decisiones tanto en el ámbito privado como en el público.

Las relaciones que se construyen en torno a la división social del trabajo están fundadas en la separación de la vida social en dos ámbitos, el de lo público (producción) y el de lo privado (reproducción). El ámbito público ha sido dominio masculino y el privado sigue siendo femenino, aunque recientemente empiezan a cambiar las cosas, todavía la ideología sexista establece exclusiones y diferencias con base en el sexo de las personas.

Si bien la diferencia entre el macho y la hembra humanos es evidente, que a las hembras se les adjudique mayor cercanía con la naturaleza (supuestamente por su función reproductora) es una idea, no una realidad. Ambos somos seres humanos, igualmente animales, o igualmente seres de cultura. El problema de asociar a las mujeres con lo “natural” y a los hombres con lo cultural es que cuando una mujer no quiere ser madre ni ocuparse de la casa, o cuando quiere ingresar al mundo público, se la tacha de “antinatural” porque “se quiere salir de la esfera de lo natural”. En cambio, los hombres se definen por rebasar el estado natural: volar por los cielos, sumergirse en los océanos, etcétera. A nadie le parece raro que el hombre viva en el ámbito público, sin asumir responsabilidades cotidianas en el ámbito doméstico.<sup>40</sup>

La perspectiva de género opta por una concepción epistemológica que se aproxima a la realidad desde las miradas de los géneros y sus relaciones de poder. Sostiene que la cuestión de los géneros no es un tema a agregar como si se tratara de un capítulo más en la historia de la cultura, sino que las relaciones de desigualdad entre los géneros tienen sus efectos de producción y reproducción de la discriminación, adquiriendo expresiones concretas en todos los ámbitos de la cultura: el trabajo, la familia, la política, las organizaciones, el arte, las empresas, la salud, la ciencia, la sexualidad, la historia.

Se puede reivindicar la existencia de características diferentes de los seres humanos, pero una mirada cuidadosa muestra la existencia de hombres femeninos, mujeres masculinas, travestis, transexuales, hombres masculinos que aman a hombres,

---

<sup>40</sup> Paloma de Villota, op. cit., 117

mujeres femeninas que aman a mujeres, en fin, una variedad impresionante de posibilidades que combinan, por lo menos, tres elementos: el sexo (hombre o mujer), el género (masculino o femenino según las pautas de una cultura dada), y orientación sexual (heterosexual, homosexual/lésbica o bisexual).

Los derechos humanos surgen de los esfuerzos por cambiar de manea sustancial esas condiciones genéricas entre mujeres y hombres, y sus relaciones sociales. Concretan los esfuerzos por modificar, desde una reorganización genérica, a la sociedad en su conjunto y al Estado, y de configurar una renovación de la cultura que exprese y sintetice esta nueva filosofía genérica. La humanidad pensada así es una categoría que recoge la transición, los procesos deconstructivos de la opresión patriarcal, y la construcción de la democracia genérica.

## **Capítulo III**

### **3. Periodismo deportivo**

#### **3.1. Definiciones**

La comunicación deportiva ha existido desde que el ser humano descubrió el juego y, al mismo tiempo, la competición. Los elementos rupestres, con elementos claramente indicadores de la actividad deportiva, son una muestra de irrefutable de la importancia del juego-deporte. “Miles de años más tarde aparece otra forma de lo que puede considerarse como el embrión del periodismo deportivo, los relatos sobre los Juegos Funerarios, realizados por Homero en La Ilíada y La Odisea, con una descripción de competencias que no las podría mejorar un especialista actual”.<sup>41</sup>

En tanto, desde sus inicios, el periodismo deportivo ha recolectado información sobre los acontecimientos deportivos locales, nacionales e internacionales; ha mostrado las novedades que se relacionan con las diferentes disciplinas deportivas, como el fútbol, tenis, béisbol, baloncesto, atletismo, boxeo, que acaparan toda la atención de los aficionados por el deporte. Asimismo, significa estar en los hechos y analizar el desempeño de los deportistas.

#### **3.2. Características del periodismo deportivo:**

Los primeros informadores de temas deportivos en los periódicos no fueron periodistas, sino escritores aficionados a un fenómeno incipiente, portador de una fuerza de atracción irresistible, y que realizaban comentarios con el estilo propio de la época, retórico y floreado. Aquellos primeros artículos dirigidos a un sector minoritario y entendido de la clientela de los diarios poco a poco fue abriéndose paso entre la información en general, debido a la proliferación de competiciones creadoras de rivalidad entre deportistas de diferentes ciudades, regiones y hasta países, por motivo de apuestas o grandes premios.

Los espectadores, impresionados con aquellos desafíos, requerían reseñas superiores a las simples gacetas que de ellos se publicaban -cuando se ofrecían- en los periódicos. Los empresarios periodísticos, al darse cuenta del carisma del deporte y la

---

<sup>41</sup> Antonio Alcoba, Cómo hacer periodismo deportivo, Madrid, Síntesis, 2005, p.18

solicitud del público, contrataron a deportistas ya retirados, encargándoles la responsabilidad de comentar sus deportes. El negocio periodístico había encontrado en el deporte un extraordinario filón.

El interés de los ciudadanos por informarse sobre los acontecimientos deportivos hizo que los propietarios de los periódicos adopten mayor interés hacia esta práctica. “El primer diario especializado en deportes *Sportman*, denominado más tarde *Sporting Life*, aparece en Londres en la primera mitad del siglo XIX. Luego, en 1882, en Francia, surge el primer diario deportivo, *Le Vélo*. En España, hasta 1906, aparece el primer rotativo deportivo, *El Mundo Deportivo*. Surgieron también otras publicaciones como *Semana Madrileña*, *Sport Español*, *Crónica del Sport* o *la Revista Ilustrada de Sports*”.<sup>42</sup>

Los primeros informadores de temas deportivos en los periódicos no fueron periodistas sino escritores aficionados a un fenómeno incipiente que realizaban comentarios con un estilo retórico, floreado y con anglicismos. A finales del siglo pasado, la crónica deportiva tenía una extensión no superior a las veinte líneas y con un contenido que se limitaba a reseñar el campo, el árbitro, las alineaciones y autores de los goles, en el caso del fútbol.

Posteriormente, se adoptaron modelos de crónicas extranjeros con un estilo divulgador, en donde se produce una primera reducción de anglicismos. No se usan recursos tipográficos que separan las distintas partes de una crónica, a excepción del titular y el cuerpo de este género. A partir de 1926, se adopta el modelo francés para mezclar mayor subjetividad, es decir, es una forma mixta entre los contenidos realistas del deporte y el enlace con sus aspectos superficiales para dar amenidad. En cambio, entre 1939 y 1956, se creó un patrón de crónica español, que se caracteriza por eliminar extranjerismos y enlaza los aspectos superficiales de la competición con formas culturales despolitizadas impuestas por el gobierno de Franco con valores históricos.<sup>43</sup>

De esta manera, los medios de comunicación se ligaron al deporte desde su nacimiento en el siglo pasado. Los periódicos fueron los primeros testigos de la actividad deportiva y, posteriormente, la radio alcanzando el desarrollo pleno con la televisión. El deporte atrae gran audiencia y esto convierte al periodista deportivo en una figura muy importante en el mundo actual, siendo el puente entre el público y el deporte.

Por tal motivo, el periodismo deportivo debe contribuir no solamente a informar, sino también a formar ciudadanos, quien ejerce periodismo deportivo debe tener un compromiso de responsabilidad con las audiencias, es decir, debe tratar de aislar los

---

<sup>42</sup> Pedro Paniagua Santamaría, *Información deportiva: especialización, géneros y entorno digital*, Madrid, Fragua, 2006, p.15

<sup>43</sup> Ibid., p.16

sentimientos de la razón, pues los sentimientos son para el aficionado. Un periodista deportivo va más allá, su misión debe hacer que tanto el aficionado como el deportista vean el deporte desde una perspectiva crítica donde se gana y se pierde, e independiente del resultado siempre debe reinar la fraternidad.

La introducción del deporte en los medios de comunicación a través de la prensa va a crear en el periodismo una nueva realidad no prevista. En un principio, quienes escribían en los periódicos eran personas experimentadas en diversas armas de la sociedad, y por ese hecho se les calificó como periodistas. Por tanto, el periodismo era una actividad libre, y continúa siéndolo, a la que podía y puede acceder cualquier persona sin necesidad de estudios previos para ejercer la profesión de comunicador de las cosas que suceden a nivel nacional o internacional.<sup>44</sup>

Insertado en la mecánica empresarial, “el periodismo deportivo posee una particularidad que lo hace diferente a los otros géneros específicos que le ha servido para obtener un estatus distinto. Esa peculiaridad es el poder del deporte en los medios de comunicación respaldada por las cifras de lectores y las audiencias en los medios audiovisuales, que se produce por la calidad de la información que obtenga el comunicador”.<sup>45</sup> Ante esto, se puede señalar que existen varios tipos de fuentes dentro del periodismo deportivo. Para comprender esa diversidad, se debe hacer un desglose de los principales interesados en la difusión de las noticias deportivas y, de esa forma, tener una idea de la complejidad de una actividad en apariencia sencilla, pero con una fuerte carga de intereses a su alrededor.

La primera de las varias divisiones y subdivisiones en la que se descompone la fuente o procedencia de esas noticias es la de su origen que puede ser primario o secundario en razón a las personas o intereses que los mueven. En este caso, por ejemplo, se encuentran principalmente los deportistas, clubes, federaciones, clubes y organismos públicos y privados. Por su parte, en el secundario, se encuentra el tratamiento comercial y publicitario del deporte, quizá el más decisivo por su poder para la realización del espectáculo deportivo.

La procedencia de las noticias de una de esas dos fuentes (primaria o secundaria) permite conocer la incidencia de la importancia de la misma, a través de los intereses de quienes la ofrecen. Las divulgadas por los deportistas serán casi siempre de índole personal; las de clubes, en defensa de los intereses de los directivos; las de federaciones, para señalar las excelencias de su organización; las de organismo públicos, encaminadas a hacer llegar las buenas noticias políticas del partido que las oferta; las de organismos privados, la generosidad con la cual favorecen y ayudan al deporte; las provenientes del área comercial, por el apoyo otorgado a la

---

<sup>44</sup> Antonio Alcoba, op. cit., p.19

<sup>45</sup> Ibid., p. 21



actividad deportiva y las provocadas por el sector publicitario. Es decir, en pocas ocasiones encontrará el periodista un aspecto negativo reconocido por alguna de esas fuentes.<sup>46</sup>

Toda la actividad deportiva actual es generada en su mayor proporción por el deporte espectáculo, y este encuentra en su máxima expresión en las competiciones, de las cuales provienen las noticias más importantes. La emisión de las noticias es efectuada por los estamentos productores de las competiciones: clubes, federaciones o ligas y organismos.

Los clubes, célula principal de toda la organización deportiva, son los primeros interesados en divulgar sus realizaciones, ya que de esa difusión les puede llegar una parte importante de su mantenimiento y estabilidad. Los clubes se encargan de facilitar a los medios de comunicación y a los periodistas la información para sus artículos, comentarios y crónicas.

La publicidad de un club se relaciona con los intereses de la nueva empresa deportiva, razón por la cual la mayoría cuenta con un gabinete de prensa, interesado en ofrecer al periodista el mayor número de noticias sobre las actividades desarrolladas por la entidad, de las cuales las competiciones en las que intervienen son el motivo central de sus argumentos ante los medios de comunicación.

Facilitar a los periodistas las competiciones en las que el club va a intervenir, así como los nombres de los deportistas a participar en ellas, junto con la siempre atractiva información sobre fichajes, reseñas documentadas de los clubes rivales y de sus jugadores, antes de un partido, y cuanto pueda suponer el mantenimiento de la atención del público, es una misión trascendente que el periodista agradece, como fórmula facilitadora de su misión informativa, aunque deba analizar esos comunicados.

“La actividad deportiva de los clubes es regulada por un ente superior que los agrupa. De esta manera, nacieron las federaciones deportivas y las ligas profesionales. Hasta el momento, esa dualidad de concentración de clubes se mantiene, pero quizá en el futuro cada una emprenderá su propio camino, situación solamente predecible si el deporte espectáculo puede mantener niveles de atracción para público y televisión”.<sup>47</sup>

Las federaciones nacieron para proceder a la institucionalización de las competiciones y su regulación. A su vez, las federaciones nacionales ante la proliferación de confrontaciones entre clubes de diferentes países formaron las federaciones internacionales. Con estas surgieron las reglamentaciones oficiales de los

---

<sup>46</sup> Antonio Alcoba, op. cit., 23

<sup>47</sup> Alcoba, Antonio, Periodismo deportivo, Madrid, Síntesis, 2005, p. 19

deportes que deben ser respetadas por los miembros pertenecientes a esos organismos y por todos los clubes.

La mayoría de estas instituciones son conscientes de que sin los medios de comunicación la importancia de sus deportes, en relación a sus posibles ingresos económicos, no alcanzaría la popularidad actual. La difusión de las competiciones requiere de un proceso de información exclusivo para los medios, a través de los periodistas deportivos.

Las federaciones saben que el éxito no solamente económico sino deportivo de las competiciones se producirá por el mayor o menor conocimiento que la opinión pública y los aficionados tengan de las mismas. Algunos organismos son especialistas en el arte de promocionar sus deportes y destinan una parte de sus presupuestos a publicitarlos e incluso a correr con los gastos de los periodistas, con tal de tenerlos en lugar donde se producen esos acontecimientos e informen de ellos, pues saben que si en los medios de comunicación no aparece referencia de las competiciones, los patrocinadores que han aportado dinero para la realización de las mismas no volverán a ofrecerlo en próximas ediciones.<sup>48</sup>

Cabe señalar que si clubes, federaciones y ligas defienden unos bienes supuestamente deportivos, otros estamentos, en su aprovechamiento del deporte, van a tratar de sacar el máximo provecho a su apoyo y ayuda a la actividad deportiva de espectáculo o de aficionados. No obstante, hay intereses públicos y privados que se funden en ese fin de conseguir un beneficio propagandístico o publicitario, unos para autonomías o el propio Estado, y los otros para sus empresas comerciales.

En el caso del Estado, este es el estamento de máxima responsabilidad del deporte, reconociendo la importancia de esta actividad y su atractivo hacia los ciudadanos. Por eso, el Estado, sus gobernantes, cuidan la parcela deportiva como un elemento que, en determinados momentos, será positivo para los políticos de cara a obtener beneficios de imagen que se traducirán en votos cuando llegue la ocasión.

Al Estado le corresponde la responsabilidad, junto con los gobiernos locales y autónomos, de impulsar la actividad deportiva en general, y no de espectáculo. Esa misión se efectúa con altibajos en relación a los presupuestos generales y a condicionantes de tipo político. Los políticos consideran que los periodistas y los medios deben ser quienes desarrollen una parte de esa misión, sin darse cuenta de las limitaciones de los informadores y los intereses de los propietarios de los medios.

El espectáculo deportivo requiere de unas condiciones especiales y costosas para su puesta en escena, no disponibles por los estamentos y organismos deportivos, y la necesidad de hacer llegar al mayor número de personas, el logotipo o el nombre de los artículos que las empresas comerciales desean vender. Las industrias se acercan al deporte con la pretensión de apoyar sus competiciones si a cambio pueden colocar sus nombres en la vestimenta de los deportistas, en

---

<sup>48</sup> Ibid., p. 22

sus vehículos o en las arenas deportivas. Obtenido el acuerdo, solamente falta la difusión de competiciones, equipos y deportistas por los medios de comunicación.<sup>49</sup>

Como en cualquier género específico del periodismo, las noticias sobre el deporte se obtienen de procedencias diferentes a las ya referidas. Cuatro de las fuentes más importantes desde donde se recogen las informaciones son: por la presencia del periodista en el lugar de la noticia, por el seguimiento o fabricación de un rumor, por leer y escuchar “entre líneas” las informaciones ofrecidas por otros medios o personas, y por la asistencia a ruedas de prensa organizadas por organismos deportivos o patrocinadoras del deporte.

En cada una de las situaciones, el periodista deportivo puede conseguir información de provecho para sus comentarios, así como el seguimiento del comunicado, para proporcionarle nuevos motivos de opinión permisibles de mantener un estado de ansiedad entre agente del deporte y receptores y clientes de los medios de comunicación. Todo ello va encaminado a obtener una mayor difusión de cada medio, dentro de la competencia existente por hacerse con una audiencia superior, destinada a verse favorecida con la mayor proporción posible de publicidad y, por consiguiente, con una dominante cuota de poder.

No obstante, “la presencia del periodista deportivo es clave para ser testigos de la noticia. Su presencia en las competiciones es la garantía de clientes y receptores de los medios, a recibir información no manipulada por los intereses de protagonistas y organizadores. Una parte importante es el prestigio del periodista entre clientes y receptores”<sup>50</sup>. La credibilidad de la información de la noticia y en cuanto a ella se exponga depende de quién es el comunicador de la misma. Es decir, el informador marca que el lector o espectador tenga cierta opinión hacia su trabajo.

Al hilo de lo anterior, otra de las fuentes más utilizadas en el periodismo deportivo es el rumor. En la actividad deportiva, la susceptibilidad es enorme cuando circula este tipo de comentarios sobre determinado hecho. El posible fichaje de un jugador, el cese de un técnico, la dimisión de un dirigente o la concesión de una competición de importancia, pone en movimiento al mundo deportivo, en busca de la veracidad del rumor.

Por otra parte, los rumores suelen ser reales o falsos, de ahí su trascendencia en la información deportiva. Muchas veces, ni siquiera la perspicacia de los periodistas mejor informados es capaz de distinguir si el rumor es verdadero o interesado. Hay rumores producidos por deportistas y técnicos, especialmente en momentos en los cuales precisan de cierta publicidad para obtener sus

---

<sup>49</sup> Pedro Paniagua Santamaría, op. cit., p. 20

<sup>50</sup> Antonio Alcoba, Cómo hacer periodismo deportivo, op. cit., p. 30

propósitos, ya sea por no tener club o para imponer un precio más alto a su posible fichaje. Otros llegan desde las altas esferas, destinados a proporcionar popularidad a personalidades del deporte, la política o la economía.<sup>51</sup>

Existe una variada gama de noticias que no presentan ningún tipo de veracidad, pero se incluyen en las informaciones de los medios de comunicación, bien por ser atractivas o por el simple hecho de llenar espacios vacíos. En ocasiones, se inventan rumores que puedan tener cierto aire de verosimilitud, cuya intención no es engañar al cliente o receptor de los medios, sino actuar para inducir a salir al paso de ese rumor y manifestar aquello que se pretendía ocultar, o dar una pista relacionada con la intención primaria del rumor inventado.

Por ejemplo, si un periodista se entera de forma ligera, pero no de forma real ni falsa, de la posibilidad de cese de un dirigente y sabe que este ni siquiera va a opinar sobre él, en la invención de un rumor encontrará el camino para intentar acceder a la verdad o desmentido de aquello escuchado. Citar la posibilidad de ese cese, procedente de una fuente de toda confianza, e indicar algunos datos que pueden aceptarse como lógicos, puede poner en aviso a otros compañeros y nervioso al personaje, quien se verá obligado a hacer declaraciones, que provocarán reacciones en diferentes sectores hasta producirse la confirmación de aquella vaga noticia o esfumarse por nulo fundamento.<sup>52</sup>

Otra fuente de noticias se encuentra en la lectura, entre líneas, de textos o frases.

Si de un rumor puede extraerse la posibilidad de obtener una información destacable, lo mismo sucede si el periodista especialista al leer o escuchar una información, entrevista o noticia, encuentra en indicio de algo que le puede parecer disfrazado y ocultar un interés no deseable de ser difundido.

Por ejemplo, en las ruedas de prensa, se entrega usualmente boletines con todo tipo de aspectos positivos sobre determinada cuestión colectiva o personal. Esos informes contienen información manipulada a favor del organismo o persona organizadora de la rueda de prensa. Aparentemente, todo es perfecto; sin embargo, suelen saltar errores o datos contradictorios en cifras. La localización de este testimonio permite animar lo que sería una rutinaria serie de explicaciones sobre el motivo de la convocatoria.

En conclusión, las fuentes que proporcionan información al proceso comunicativo de la actividad deportiva son de gran variedad por proceder de diversos sectores de la sociedad. “El deporte no es privativo de un sector concreto, otros muchos lo utilizan y pretenden sacar el máximo provecho de este. El periodista se convierte en la vía más sencilla para difundir sus mensajes a través de los medios. El comunicador

---

<sup>51</sup> Ibid., p. 32

<sup>52</sup> Antonio Alcoba, Cómo hacer periodismo deportivo, op.cit., p. 32

deportivo debe tener muy claras sus ideas para no ser embaucado, aunque tal vez después sus superiores sean en la redacción quienes puedan disponer lo contrario”.<sup>53</sup>

En conclusión dentro de las fuentes, el deporte es una actividad influenciada por el mundo capitalista y las teorías consumistas, pero sin necesidad de reflejar la verdad de sus intereses, según las manifestaciones expresadas en palabras y escritos sobre la actividad deportiva. La materialidad a la que el deporte ha sido conducido es consecuencia de su grandeza por el intento de conversión de una actividad educativa y recreativa, en una forma más de espectáculo que por su atractivo ante las masas, se rentabiliza en razón a los intereses de personas e instituciones, públicas o privadas.

El deporte, tanto en su estrato puramente deportivo o de espectáculo, es fuente de noticias así como de los intereses destinados a promover la misma. En este sentido, las noticias deben ser estudiadas antes de su difusión, pues es preciso entender si su comunicación es transparente o simplemente publicitaria.

Este tipo de periodismo ha aportado un nuevo modelo de realización y explicación de los temas, que ha pasado por sobre los temas de seriedad informativa, al integrarse en el sentimiento de los aficionados, especialmente por dirigirse a receptores de los medios con un lenguaje visual y literario común e inteligible a todos. “Pese al interés de los editores, el periodismo deportivo no fue reconocido como un género específico con la importancia de los restantes. Su lenguaje, la posibilidad de que la gran mayoría entendiese sus reglas y hasta fuera practicante, lo dejó en una situación de inferioridad intelectual en relación con el género de la política, el arte o los espectáculos”.<sup>54</sup>

No obstante, dicho logro lo obtiene a través de su forma de contar los hechos o eventos deportivos a través de sus diferentes géneros. Primero, cabe señalar que todo el periodismo se basa en una cuestión: la noticia. Noticia, según los teóricos, es aquel acontecimiento o hecho de interés general que debe ser comunicado, así como también es un hecho inédito o insólito que produzca curiosidad o emoción. “En el caso del periodismo deportivo, la noticia es el fundamento de la información de este género con variantes que van desde la noticia recogida por el periodista en la fuente hasta la remitida por un comunicado de prensa. Debido a las diferentes procedencias, la noticia

---

<sup>53</sup> Pedro Paniagua Santamaría, op. cit., p.25

<sup>54</sup> Pedro Paniagua Santamaría, op. cit., p. 28

debe ser analizada antes de ponerla en circulación por medio de un mensaje dirigido al público por los canales correspondientes a cada medio”.<sup>55</sup>

Además, dentro de los géneros deportivos, se encuentra el reportaje. Si se indicó anteriormente que la noticia es el hecho y su publicación es la culminación de una labor periodística, con posterioridad, el seguimiento de la misma aportará nuevos datos que parecerían no existir. De esta manera, surge el reportaje, que permite un mayor apoyo de espacio en el medio. Los reportajes son fruto de una cuidadosa investigación. En esta misión, el periodista debe hablar con diferentes personas y enterarse de cosas que han podido ser ocultadas. Con la mayor cantidad de datos, debe dar forma a la información. Todo reportaje debe contar con un material gráfico acorde con la investigación.

También aparece la crónica, que es la narración de un hecho de forma continuada. En el deporte, es el seguimiento y relato de una competición deportiva, de un equipo o deportista. Este género permite plasmar ciertos sentimientos a la hora de escribir o hablar de la actividad deportiva. Las crónicas deben ser atractivas y presentar aspectos diferentes a los habituales en el tratamiento de determinado deporte. Generalmente, las crónicas deportivas de una competición ofrecen datos y estadísticas de la misma, hechos y curiosidades. Esto no impide informar del seguimiento realizado a equipos y deportistas, de cómo se desenvuelven en sus entrenamientos y en los momentos de ocio, sin olvidar las anécdotas que hayan podido surgir.

La crónica es el género más utilizado en este tipo de comunicación. “La palabra crónica tiene un origen histórico-literario antes de su adaptación al periodismo y como hoy se la conoce. Su comienzo se remonta a los relatos de la literatura clásica, en la que griegos y romanos contaban hechos bélicos narrados por sus propios protagonistas o testigos de lo mismos con un orden temporal”.<sup>56</sup> El deporte ha sido desde siempre una actividad seguida con inusitado interés por la humanidad, la difusión del mismo posibilitó la aparición de personas que intentaron describirlo para explicar sus excelencias o informar sus aspectos negativos.

Sin embargo, frente a otros géneros periodísticos, la crónica en el deporte permite cierta libertad a la hora de escribir o hablar de eventos deportivos, pues este género supone un respiro en el sentido de poder abordar otros temas sin salirse del eje principal. Por tanto, es normal hacer una semblanza de la ciudad o zona en donde tiene lugar el suceso deportivo y comentar aspectos que pueden ser desconocidos, con el

---

<sup>55</sup> Ibid., p. 29

<sup>56</sup> Pedro Paniagua Santamaría, op.cit., p. 32

objetivo de introducir a los lectores o receptores del medio en general en el escenario de la competición.

Todo ello faculta al periodista deportivo a tomarse la libertad de imponer un estilo diferente al normal, cuestiones fuera de la temática deportiva. En cualquier caso, el periodista deportivo deberá ser un buen conocedor y, sobre todo, entusiasta del deporte, pues su experiencia puede extraer la base para redondear la formación periodística.

Las crónicas deberán ser atractivas y presentar aspectos diferentes a los habituales en el tratamiento del deporte que se trate a los receptores de los medios. Es decir, pueden entrar datos y estadísticas del evento, plasmando los hechos y actividades. Cabe señalar que esto no impide informar del seguimiento hecho a equipos y deportistas en sus entrenamientos y los momentos de ocio, sin olvidar las anécdotas que hayan podido surgir alrededor de todo el evento deportivo. La crónica es un género de escape para dar libertad a las virtudes literarias y culturales del periodista deportivo, algo que agradecen el público que capta el mensaje, pues se les proporciona una visión diferente y complementaria a los actos deportivos.<sup>57</sup>

El comentario y la crítica son también muy comunes dentro del periodismo deportivo. Estos se efectúan desde el puesto de un comentarista del estadio a medida que transcurre un partido o cualquier actividad deportiva. A través de una computadora portátil, teléfono o micrófono se envían notas o la transmisión de cómo transcurren los eventos. Terminado el encuentro, el periodista debe dar las últimas notas a su comentario o crítico con el inconveniente, en el caso de los medios impresos, de no poder hacer rectificaciones o añadidos importantes y oportunos. Sin embargo, a este género se une el peligro de la subjetividad por los sentimientos afines a un deportista o club específico.

Por otro lado, aparece el artículo, que es una forma interpretativa por la cual el periodista deportivo puede desarrollar una idea sobre un tema concreto ya ocurrido o próximo a suceder. “Hechos producidos durante el transcurso de un partido, la hazaña de un deportista, el anuncio de una competición, el fichaje de una figura del deporte, el nombramiento de un dirigente, la conquista de un título, el derrumbamiento de un mito, entre otras, son ocasiones que predisponen a manifestar su opinión por parte del especialista”.<sup>58</sup>

Desgraciadamente, el espacio para un artículo deportivo es limitado en los medios de comunicación y, pese a tratarse de un género literario en el cual el periodista

---

<sup>57</sup> Antonio Alcoba, *Cómo hacer periodismo deportivo*, op. cit., p. 43

<sup>58</sup> Pedro Panigua Santamaría, op. cit., p. 37

podría explayarse, se encuentra vetado a la mayoría de los redactores. Los habituales articulistas son los jefes del departamento o redacción deportiva.

Finalmente, aparece la entrevista. Este género supone la transposición del diálogo entre dos o más personas. Además, es un argumento más de la información con un especial atractivo para el público al proporcionarle la oportunidad de conocer la forma de pensar y expresarse de personajes de la actualidad deportiva. “El entrevistador deportivo suele adornar las entrevistas en manera semejante al reportaje, con apuntes y pinceladas de presentación del interrogado, el lugar dónde se efectúa y detalles significativos de interés sobre la personalidad del deportista, dirigente o técnico para que el receptor se forme una idea más cercana y real del conjunto de aspectos integrados como apoyo para salir de la monótona pregunta-respuesta”.<sup>59</sup>

Uno de los rasgos más característicos en el periodismo deportivo en cuanto a su estilo será el lenguaje particular del deporte. Las expresiones son generalmente de origen belicista, como lo tituló el diario *Expreso* (lunes, 13 de mayo de 2008): “Aucas, con el quinto gol, liquidó el pleito con Liga Deportiva Universitaria”. Además, es habitual el uso de modismos, muletillas, mezclándose con palabras técnicas del deporte, que son imprescindibles a la hora de relatar un partido, una carrera, o cualquier evento deportivo en general.

Según Aurelio Dávila Egüez, estadístico y comunicador deportivo de diario *El Comercio* y radio Rumba, esa idea significa que el periodista de esta área debe poseer un conocimiento de la terminología o del lenguaje propio de cada disciplina deportiva y de argumentos, a través de los cuales pueda generar emoción en la lucha deportiva, el ambiente del juego, entre otros ámbitos.

A la hora de escribir, hablar o realizar audiovisualmente deporte, lo que realmente quiere el lector, oyente o espectador es una explicación de lo que sucedió en el estadio, cancha, piscina, terreno de juego, entre otros. Esta información debe ser lo más simple, pero a la vez la más completa posible. Es probable que desde el punto de vista literario, el lenguaje deportivo no sea precisamente un género en donde se empleen los recursos al máximo, ya que, en el caso de la prensa escrita, se debe ofrecer el relato de una competición de hora y media de duración en cuarenta o cincuenta líneas.

Dávila afirma que al ser un tipo de información dirigida a toda clase de público masivo, como lo demuestran los datos de sus investigaciones y estadísticas, para que

---

<sup>59</sup> Ibid., p. 37



todos se enteren, es necesaria la sencillez en el relato. Además, indica que introducir en la nota la terminología apropiada, junto con apuntes técnicos y anecdóticos, supone un mejor atractivo para el lector del mensaje deportivo.

Un factor que ha contribuido a afianzar el poder de convocatoria del periodismo deportivo es que ha sabido aunar de forma natural información y espectáculo. La espectacularidad como elemento clave está presente en la concepción de los profesionales de su actividad diaria. Según recoge Antonio Alcoba, como fenómeno de masas, sobre todo en determinados deportes, en determinados países, el fenómeno de la información deportiva ha ido tomando cada día mayor importancia, e identificándose cada vez más como fenómeno informativo-periodístico por excelencia, sobre todo con la multiplicación de medios audiovisuales y la creciente tendencia a la espectacularización de los contenidos, a la explosión de color, de pasión, de actualidad que aportan.

Por otro lado, el papel del deporte también es considerado como elemento que dispara y consolida las audiencias en televisión, el canal en el que el seguimiento del público puede alcanzar sus cotas más altas. Actúa en este sentido tanto en cadenas públicas como privadas, convencionales y digitales, en las que emiten abierto y en las codificadas. El deporte se ha convertido en la estrella de la programación televisiva generalista y ha dado origen a diversidad de canales temáticos nacionales e internacionales.

### **3.3. El periodista deportivo**

#### **3.3.1. Ejercicio profesional**

El periodista deportivo se ha convertido en uno de los más seguidos de la información periodística especializada. Su influencia entre clientes y receptores de los medios no está en discusión, y se ha convertido en un conductor de masas. Debido a esta facultad, el periodista deportivo se ve inmerso en una gran responsabilidad, ya que de sus escritos o palabras, en cierto modo, depende el comportamiento del público del espectáculo deportivo.

No obstante, al género deportivo han accedido periodistas sin necesidad de especialización alguna, incluso los más torpes, debido a la creencia en las antiguas redacciones que el deporte era algo así como un género menor sin trascendencia y podía ser desarrollado y tratado como cualquiera. Con el paso del tiempo se ha comprobado que el deporte no es una actividad circunstancial, sino que está relacionada a una amplia variedad de acciones y actitudes dentro de

las diversas áreas formales de la sociedad contemporánea. Los sociólogos fueron los primeros en darse cuenta de ello y lo expusieron, tras investigar el fenómeno deportivo y su incidencia en las masas.<sup>60</sup>

La especialización se manifiesta con toda su intensidad en la información deportiva que cuenta no solamente con temas y contenidos diferenciados, sino con estilos, lenguajes y estructuras de género que le son propias. El carácter especializado del periodismo deportivo le viene dado, como a todas las demás facetas de la información, de la particularidad de tratar sobre un campo de la actividad humana específico que requiere, tanto por parte de los profesionales de la información como por parte de la audiencia, unos conocimientos propios, y unas formas también propias de expresar y de entender dichos saberes.

El periodismo deportivo, rentable desde el punto de visto empresarial, también ha sido positivo desde el punto de vista del aficionado. El seguidor de este tipo de medios frecuentemente tiene gran implicación por el deporte; por esa razón, no se suele contentar con lo que le ofrecen los medios de comunicación en general. Sin embargo, Alcoba manifiesta en sus distintas publicaciones que la especialización llevada al límite puede ocasionar varios perjuicios para la audiencia (dificultad de comprensión), para el medio (dificultad de mercado) y para el propio informador (dificultad de relación con otras áreas de la actualidad). En este sentido, la labor del periodismo sería servir de puente múltiple entre especialización y sociedad, y entre las distintas especialidades entre sí.

“En este punto, se debe buscar el punto del equilibrio ideal que colme las aspiraciones económicas e informativas de los dos polos del proceso. El grado ideal se alcanzaría cuando la especialización del periodista fuera suficiente como para satisfacer a la audiencia especializada, pero no tanta como para no ser capaz de cubrir un acontecimiento ajeno a su superespecialización (su deporte), o a su especialización (la sección de deportes en general)”.<sup>61</sup>

No obstante, el equilibrio que se ha de dar en una misma persona entre una actividad generalista y otra especializada, esta capacidad para abandonar una parcela concreta de la información y pasar a ejercer otra cuando la actualidad así lo exige, no es infrecuente en la práctica habitual de los medios de comunicación. Si especialización y síntesis se complementan, el equivalente a esta relación en el ámbito de la redacción es

---

<sup>60</sup> Antonio Alcoba, Periodismo deportivo, op. cit., p. 36

<sup>61</sup> María Rosa Berganza, Periodismo especializado, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, 2005, p. 67

que profundización y contextualización también lo hacen. Es decir, ninguna especialización, por mucho que se ahonde en ella, debe excluir la posibilidad de relación con otros segmentos del periodismo en general.

Por otro lado, otra característica del periodismo deportivo se centra en la fuente, que es importante dentro de la comunicación deportiva porque las noticias tienen su origen y sus propios canales para ser difundidas. La relación del deporte con otras áreas va a significar un importante dato sobre la credibilidad y seriedad de las noticias que se le ofrezcan, pues según el conocimiento del comportamiento de esas áreas, podrá tener una idea de la carga manipuladora introducida en los mensajes.

En un principio, el análisis de la noticia es fundamental si se desea ofrecer al receptor de los medios una información lo más transparente, de ahí la necesidad del periodista especialista en determinados asuntos y pueda reconocer si la información es manipulada o cierta. En efecto, por medio del deporte se introducen mecanismos subliminales con otros fines ajenos a su espíritu, especialmente políticos y económicos.

Pero no solo el tema de la especialización genera debate en la comunicación deportiva, pues la clásica pregunta de cuál es la característica primordial que debe tener un periodista deportivo se integra en la normal de un periodista, ya que ante todo, todo y sobre todo, el periodista deportivo es un periodista. El periodismo deportivo ha transformado al periodista en oficinista de la información. Se valora más el tiempo pasado en la redacción que el empleado que busca noticias fuera de esta.

Como en la información general, también se encuentran a diferentes tipos de periodistas marginados. Por ejemplo, existe el especialista en un determinado deporte o modalidades deportivas, que por su conocimiento de la materia puede juzgarlas con la máxima objetividad; sin embargo, en el medio informativo existe la envidia de quienes mandan, y se lo relega a un papel secundario. También, predomina el estadístico de informaciones deportivas no tenidas como importantes por los responsables del diario, televisora o radio, y al cual nadie hace caso. El que propone reportajes, entrevistas, comentarios, sin resultado alguno. Es decir, una “fauna” de informadores con capacidad y ganas de demostrar su calidad periodística, que es desaprovechada por los “amos de los medios”, en colaboración con los responsables del medio.<sup>62</sup>

En cualquier caso, el periodista deportivo debe ser un amante del deporte. La especialización en una o unas pocas modalidades deportivas es a estas alturas una necesidad imperiosa del periodista de este género específico para poder atenderla y entenderla con rigor y conocimiento. Sin embargo, los periodistas, en general, llevan sobre sus espaldas ser personajes envidiosos, puesto que su individualismo es acentuado, en razón a un trabajo desarrollado en un ambiente de enorme competencia por ser los primeros en difundir una noticia importante.

---

<sup>62</sup> María Rosa Berganza, op. cit., p. 69

Desde siempre, la figura del periodista se ha centrado en la del reportero (hombre o mujer) capaz de obtener ciertas informaciones por medio de su sagacidad y entrega en la búsqueda de la noticia, sin importarle las horas dedicadas a su menester. Por esta razón, los reportajes, entrevistas, noticias y crónicas conseguidas llevaban antiguamente un sello especial y atrayente para los clientes y receptores. No obstante, “la conversión del periodista debido a razones forzadas por horarios de cierre y nuevas tecnologías ha obligado a su información a doblegarse a un espacio limitado, casi de agencia, ‘asesinándose’ la atractiva información del reportero en una mutación que la convierte en monótona, aburrida y hasta triste”.

Como cualquier periodista, el especialista en deporte debe ser consecuente con el código ético y deontológico, a través del cual reconozca parcialmente su posición frente a los hechos. En el libro *Cómo hacer periodismo deportivo*, Alcoba indica que el periodista deportivo es ante todo un observador imparcial con la obligación de estar preparado para ofrecer una opinión sincera y realista. Pese a todo, la crónica (desarrollada anteriormente) tendrá una carga subjetiva importante, que dependerá de cada caso y circunstancia que haya acontecido en cada partido.

No puede, o no debe, por tanto, mostrarse apasionado a la hora de exponer su opinión en relación a un deportista, técnico, dirigente, club o equipo, si no quiere caer en la acusación de tergiversar la verdad. Ni debe, tampoco, exprimir situaciones límites provocadoras de escándalos. El periodista deportivo es, ante todo, y sobre todo, un observador imparcial con la obligación de estar preparado para ofrecer una opinión sincera y realista, aun cuando no tenga más remedio que enfrentarse a cuantos niegan lo por él expresado. No puede, o no debe, en una competición, tomar partido por uno u otro equipo o deportista.<sup>63</sup>

Sus comentarios deben ser correctos sin ánimo de despecho o provenientes de su preparación. Cuanto mayor sea en razón de experiencia, más crédito tendrán entre clientes y receptores. La ética y deontología del periodista deben suponer un freno a publicaciones falaces, y es su obligación, impuesta por la moral y por su deber y derecho de ser consecuente como informador, de poner a la luz en un mundo de absurdos ciegos que solamente pretenden ver la paja en ojo ajeno. El periodista deportivo no tiene más remedio que renunciar a sus simpatías por un determinado club o deportista para reflejar la verdad en sus escritos, palabras e imágenes.

En el periodismo deportivo actual, el deporte-juego ha dejado paso al deporte-espectáculo, es decir ahora los intereses priman sobre la opinión de los informadores, en una proporción o escala inductora de comentarios que nada tienen que ver con la filosofía y espíritu del deporte. En este punto es cuando el periodista debe recordar su

---

<sup>63</sup> Antonio Alcoba, *Cómo hacer periodismo deportivo*, op. cit., p. 77

ética y sus valores. Cabe destacar que la ética es la ciencia de la moral y la deontología, el tratado de los deberes y derechos. Si el periodista olvida una de estas materias, sus comentarios, críticas o artículos llevarán una carga de peligrosidad de la cual él es responsable.

El periodista deportivo, por su carisma y la influencia que ejerce, va a ser tentado desde diversos frentes de la política, economía, comercio, publicidad, entre otras, con invitaciones, obsequios y otras fórmulas colocadas en su camino, cuando en realidad son camufladas presiones. Por eso, la relación del periodista con los personajes del mundo de los deportes no debe influir en sus comentarios, pese a las presiones que se le hagan.

Sin embargo, las presiones no solo se generen de ese lado, puesto que también la imposición ejercida por el medio de comunicación sobre las opiniones del periodista condiciona la teórica libertad de expresión. El periodista, desde el comienzo de su relación laboral, se ve obligado a aceptar las imposiciones de eso que se ha dado en llamar línea editorial, que es maleable según los intereses de cada momento. En ese caso, el periodista pierde parte de la libertad de la que a veces presume. En consecuencia, no tiene el poder de manifestar libremente su opinión.

### **3.3.2. Incursión de las mujeres en el medio**

Históricamente, la mirada sobre el hombre ha sido construida desde el punto de vista del varón. Es decir, en los productos específicos sobre el tema deportivo, sean estos del género documental, periodístico o de ficción, el anunciador por excelencia es el hombre. Es posible, en suma, afirmar que las gramáticas de producción sostienen al discurso futbolístico provienen mayoritariamente del universo masculino. Por ejemplo, si se rastreará la historia del fútbol en clave del género, aparecería el momento de su institucionalización, hacia mediados del siglo XIX, como el momento decisivo en que esa práctica es capturada por las instancias de escolarización, de esparcimiento y de profesionalización. En esta captura, las mujeres, que en épocas pre-modernas jugaban junto con niños y adultos varones a una especie de fútbol recreativo, quedaron definitivamente afuera. Con la modernidad, la práctica y su representación se constituyeron como un mundo masculino en el cual las reglas objetivas y los valores que circulan interna y externamente a ella pertenecen a su dominio.

¿Qué ocurre entonces cuando las mujeres, especialmente en los últimos años, se introducen en un mundo en el cual enunciadores y enunciados son del orden de lo masculino? El poder simbólico y la autoridad para imponerlo provienen simplemente del poder de constituir lo dado, enunciándolo, la aparición de otro que está fuera del discurso, se presenta como un extranjero que perturba el campo y al que es necesario definir. Dicho en otras palabras, si el fútbol es narrado por los hombres, es el discurso del otro el que definirá el campo de las prácticas de las mujeres, sean estas espectadoras o narradoras, deportistas, asistentes a los estadios, entre otros. De ahí que la identidad de la mujer respecto de este particular deba constituirse en forma heterónoma, es decir con las reglas y los valores del otro.<sup>64</sup>

La presencia femenina en algunos espacios de los medios de comunicación, concretamente en los programas y secciones deportivas, toma cada vez mayor impulso. Sin embargo, la ausencia de la lucha simbólica así como de otras formas de conflicto entre géneros parece indicar en una primera mirada que la aparición de las mujeres en el universo deportivo no se presenta como una amenaza, ni siquiera como un desafío que implique la posibilidad de modificar el actual estado de las cosas. En otras palabras, el deporte no es un territorio a conquistar: es un territorio conquistado. Si la constitución de identidades se configura en y a través de los distintos imaginarios sociales que dan marco a las prácticas de los sujetos, su construcción requiere de un tráfico simbólico que las sitúa en el conjunto general siendo objeto de una representación cultural. El imaginario que ha construido y construye los roles de género no solamente ha definido el predominio material y simbólico del género masculino, sino que también ha delimitado los ámbitos prevalecientes de actuación en la divisoria de lo público y privado.

De allí que una entrada significativa al tema sea la cuestión de la representación de una mujer que se inserta en un escenario público el cual participa en un escenario fuerte de constitución de identidades nacionales como es el periodismo deportivo. De hecho, la inclusión de las mujeres en las pantallas y los textos forma parte de los referentes desde los cuales la industria cultural consensúa los nuevos valores que conforman la identidad nacional, toda vez que esta se ha desplazado de los repertorios tradicionales hacia símbolos fuertemente marcados por las clases populares y por la cultura de masas. En el marco de esta estrategia medial, las mujeres se convierten en un objetopreciado en el mercado, y su valor se incrementa con la espectacularización del periodismo deportivo y de los temas asociados a este que circulan en la agenda de los medios de comunicación, como es en el caso específico de la televisión.<sup>65</sup>

La objetivación de los nuevos actores de género femenino que son representados en este territorio forma parte de algunos de los esquemas que se aplican en el campo de los medios y que acompañan la espectacularización creciente del deporte en general y del fútbol en particular. En función de las narrativas del espectáculo y de la necesidad de convocar audiencias cada vez más extendidas e inclusivas, la interpelación mediática

---

<sup>64</sup> Gabriela Binello, Mariana Conde y Analía Martínez, “Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o por conquistar? en: Peligro de gol: estudios sobre deporte y sociedad en América Latina, Pablo Alabarces (compilador) Buenos Aires, Clacso, 2000, p. 34

<sup>65</sup> Gabriela Binello, Mariana Conde y Analía Martínez, op. cit., p. 36

a la mujer durante las competencias internacionales produce una sobre-representación temporal de ella que luego decae significativamente. Si bien el lugar otorgado en esta maquinaria está atravesado por su tratamiento como objeto de la mirada masculina, la mujer parecería reconocer y aceptar las reglas de este juego para utilizarlas como vía posible de acceso al territorio del periodismo deportivo.

El análisis de las imágenes de mujeres en los estadios mundialistas permite dar cuenta de la mirada masculina que opera sobre la mujer y que produce dos tipos de imágenes: la representable y tradicional mujer doméstica (madre, esposa, hija) o la menos representable mujer sensual. De esta manera, se reproduce el orden dominante. En la mayoría de imágenes de las mujeres en los medios audiovisuales se da una doble condición: la de sensualidad (tradicionalmente atribuida al género femenino) y la del exotismo (como un mecanismo para hacer visible al otro). La mirada masculina delimita la muestra de mujeres a las más deseables y la colocación de la mujer como representante del exótico otro.

La exclusión que se ejerce sobre las mujeres opera sobre distintos ejes discursivos y adquiere diferentes modalidades prácticas según la dimensión que abarque. En tanto, la relación de la mujer con el hombre en el marco de este territorio específico no es una relación necesariamente marcada por la confrontación, ya que asume diferentes modalidades según el eje sobre el que se esté operando. De esta manera, se puede señalar que la presencia de la mujer en el terreno futbolístico no se presenta como una disputa en torno a un conflicto de género.

La demarcación de género en el territorio futbolístico puede rastrearse en al menos cuatro dimensiones: el saber, la carnavalización, la pasión y la violencia. El relevamiento producido en ese momento permitía afirmar que el discurso masculino futbolístico designa a la identidad femenina en torno a la negación, la aceptación, la resistencia y la exclusión respectivamente de estas cuatro dimensiones. Es decir que, si se considera la respuesta del actor hegemónico, esta no siempre es de resistencia a la incorporación de un actor-otro, sino que dicha incorporación se sostiene muchas veces en la estabilidad de los códigos culturales tradicionales. Sin embargo, en las dimensiones del saber y de la pasión se reproducen los cortes más disruptivos respecto de la convivencia de géneros: a la mujer se le niega el saber y es resistida su capacidad para experimentar la pasión. Estas dimensiones aparecen vinculadas a dos mecanismos de exclusión: el saber y la práctica. Ambos intrínsecamente relacionados entre sí confluyen en configurar un imaginario futbolístico demarcado por el género.<sup>66</sup>

La negación de un conocimiento empírico se produce en términos de un saber que se juzga necesario para comprender el juego en sí mismo y del que las mujeres, tal como aparece en el imaginario futbolístico, carecen. Se trata de un saber que integra lo afectivo y lo emocional, un saber corporal, en tanto el cuerpo forma parte de ese acto de

---

<sup>66</sup> Gabriela Binello, Mariana Conde y Analía Martínez, op. cit., p. 38

conocer. Esta dimensión se manifiesta como significativa porque la negación de este saber no se presenta en forma transparente, sino que conduce a la desvalorización de la sensibilidad femenina respecto del fútbol. Por tanto, si el fútbol es una suerte de educación sentimental destinada a construir un ethos masculino, la adjudicación del “no saber” aparece vinculada a la ausencia de prácticas futbolísticas que se supone que los hombres han hecho alguna vez. En el universo simbólico público, a la mujer también se la excluye de la posibilidad de la pasión, sentimiento que parece quedar confinado al ámbito de lo privado.

Privadas de la pasión por el fútbol, y no demasiado interesadas en cambiar las reglas, a las mujeres les restaría acompañar a los hombres y gozar del espectáculo, tomar distancia y analizarlo o padecerlo. No obstante, aunque las mujeres puedan participar y hasta disfrutar del fútbol, difícilmente alcanzarían los estadios emocionales que sí invisten las prácticas de los valores: el amor, la pasión, el alma por el periodismo, específicamente en el deportivo, obviamente sin plasmar su tendencia en sus respectivas publicaciones en las diferentes plataformas de los medios de comunicación. Contrariamente, el discurso masculino recluye a la mujer al ámbito doméstico-privado y es en esa situación donde podría, si no apasionarse, al menos gozar del espectáculo futbolístico. Es decir, se le concede la capacidad del goce a través del consumo espectacular, cuando es interpelada como parte de una gran audiencia.<sup>67</sup>

Entonces, se podría concluir que sobre la mujer se ejerce una violencia simbólica de que algún modo le impide acceder a los mecanismos culturales que producen y reproducen ese particular sentimiento por el deporte porque estaría amenazando su exclusividad de representarlo públicamente. El fútbol parecería colocarse como aquel lugar que puede completar la esfera de lo público destinada históricamente al varón, aunque delineándose como diferente del resto de los espacios públicos. Si lugares como el Parlamento, la cátedra, el negocio en general, entre otros, constituyen el eje de la racionalidad, el estadio permite la configuración de un espacio de expresión de la emoción, los sentimientos y la pasión que el hombre toma para sí en función de una completa representación social.

---

<sup>67</sup> Gabriela Binello, Mariana Conde y Analía Martínez, op. cit., p. 39



## Capítulo IV

### 4. Periodismo y género

#### 4.1. Proceso de producción de notas periodísticas desde el enfoque de género

Entre las características más destacadas del periodismo, en general, deben destacarse la veracidad y la rapidez en la información. Junto a estas hay que tener en cuenta los diferentes conceptos que permiten concretar la amplitud, el contenido y el modo de hacer el trabajo periodístico. Estos factores estarán siempre estrechamente relacionados con la acción individual y personal del periodista y la acción colectiva (equipo periodístico) del medio de comunicación en donde ejerza su profesión.

Como se vio anteriormente en el capítulo 1, el periódico ha sido uno de los primeros instrumentos utilizados masivamente para satisfacer la necesidad de expresarse para el ser humano, pero la información emitida en general debe comunicar hechos transparentes de los principales acontecimientos que acontecen a escala internacional, y establecer una exposición clara de los juicios que, sobre estos acontecimientos, puedan interesar a la opinión pública.

Los periodistas son los que ponen a funcionar a un medio de comunicación, sea radio, televisión, prensa e Internet. En este punto, cabe señalar que ser periodista (hombre y mujer) es algo muy importante. No obstante, es una profesión muy sufrida, sacrificada, con ciertos momentos de desaliento, ya que en la búsqueda de la primicia informativa, de la “exclusiva”, se roza el éxito en muy contadas ocasiones y, aparte de las satisfacciones íntimas, muy pocas compensarán su labor creativa. Para esto, es necesario que el profesional cumpla con funciones de captación, interpretación y comunicación dentro del medio.

Las circunstancias que se acostumbran a congregarse alrededor de un periodista profesional, en mayor o menor proporción, según cada una de ellas, le obligarán a destacarse, llamar la atención. Por esta razón, le será imprescindible estar dotado de genio, de preparación, de cualidades fácilmente demostrables para escribir o transmitir con fluidez sobre cualquier tema. Las destrezas adquiridas por el comunicador se pueden perfeccionar, desarrollar y aumentar, por medio de un esfuerzo personal y dedicación.<sup>68</sup>

Para un buen periodista, conseguir una noticia, mejor una “exclusiva”, es la razón profesional de su existencia. Para poder convertir esta en información generaliza,

---

<sup>68</sup> Judith Gillespie, *Manual práctico para iniciarse como periodista*, Barcelona, CIMS, 1997, p. 46.

el comunicador debe transitar por un camino complejo que se concreta en buscar las fuentes de las noticias (personalmente, por sugerencias, por intuición, vía telefónica), localizar la documentación complementaria (archivo propio, del medio, biblioteca), redactar físicamente la información (crónica, artículo, reportaje), publicar la noticia a través de diferentes medios (prensa, radio, televisión, Internet), interesar al máximo a los lectores posibles.

En el caso de la prensa escrita, al disponerse a redactar una noticia, el periodista puede escoger en transformarse en un narrador omnisciente, narrador testigo o narrador protagonista, según el público a quién se dirige, el tema sobre el que escribe o el medio de comunicación en donde va a hacerse pública su redacción o producto periodístico final. Además, dentro de los límites periodísticos, se debe tomar en cuenta la redacción concisa, clara y atractiva. En el caso específico del periodismo deportivo, se debe ser más claro todavía, pues hay términos que no todo el mundo domina, por lo cual se debe explicar las palabras dentro de la redacción.

La imaginación es un instrumento fundamental dentro del ejercicio del periodismo, porque se parte de la nada cuando se empieza a trabajar en una noticia. Existe el recuerdo de una determinada situación, de un hecho pasado, de un concepto ambiental o un personaje, que enciende la chispa de la creación. Se arranca casi siempre de una idea central y, alrededor de la misma, de acuerdo con una técnica que se construye, viste y estructura todo el contenido de la nota.

No obstante, Marcela Caicedo, de diario Ultimas Noticias; Paola Gavilanes, de El Comercio; y Diana Ochoa, de diario Hoy, señalaron independientemente que hay varios métodos para estimular, para incentivar, el proceso creativo y conseguir que, al redactar una noticia, las ideas no se muestren remisas en aparecer, como: la experiencia, pues si nunca se ha hecho una redacción periodística, muy difícil va a ser desarrollar una nota bien elaborada y con mínimos errores en el contenido y caligrafía; el ambiente en donde se desarrollan, pues hay que vivir y sentir todos los hechos que se desenvuelven alrededor de estas periodistas, que servirán para tener mayor descripción en su producto final; leer mucho, ver y oír, pues a través de numerosas lecturas aparecerá en la mente retazos de ideas, situaciones, planteamientos, temas y toda clase de posibilidades de acción, que permitirán dar cuerpo a futuras creaciones; escribir, tomar siempre notas, porque se obtiene un sistema de almacenamiento seguro, eficaz y de fácil localización.

En este punto, las palabras juegan un papel importante dentro del proceso de elaboración de notas periodísticas. “Una palabra, por sí sola, en el conjunto de una redacción, apenas significa nada si no va a acompañada por otras palabras. No obstante, estas presentan varios problemas. Uno de estos es la elección, pues al periodista, en varias ocasiones, dada la amplia gama de posibilidades que existe en el vocabulario, se le presenta confusión, puesto que el idioma castellano posee gran riqueza y un número increíble de palabras”.<sup>69</sup>

Martha Córdova, periodista deportiva de gran trayectoria dentro del país, quien también se desempeña como docente de la Universidad de las Américas (UDLA), dijo que ella, dentro de sus múltiples trabajos periodísticos, tenía en cuenta que las palabras cortas son más fáciles de comprender que las palabras demasiado largas. Además, indicó que las corrientes, de uso cotidiano, son mejor comprendidas que las palabras muy técnicas. Por otro lado, Córdova apuesta a la comprensión de los textos; por lo cual, si tiene que emplear palabras cultas o técnicas, procura que del contexto del escrito se desprenda el significado de las mismas. Asimismo, manifestó que es conveniente no utilizar palabras muy familiares, para evitar caer en “lugares comunes”, que restan significado a la narración.

La redacción periodística, sea el medio radio, prensa, televisión e Internet, contempla una forma generalizada. Dentro de los puntos más importantes dentro de este proceso se destacan: buscar la noticia original, definir el mensaje a comunicar, escoger la forma de hacerlo, estructurar la creación del texto, materializar el texto a través de la redacción. “Cualquier noticia puede ser interesante si tiene unos contenidos de rápida comprensión, un significado que está al alcance de todo el mundo, una redacción lejos de todo tipo de abstracción. Es decir, una noticia tiene que ser factible de ser escrita, descrita y comprendida en un máximo de dos líneas, aunque, al convertirla en un género periodístico determinado, su extensión y desarrollo ser mucho mayor”<sup>70</sup>.

Cuando se piensa en un texto periodístico, dirigido al público en general, siempre hay que establecer cual es su objetivo final. A partir de esta premisa, los siguientes procesos a realizar, de forma parcial o en su totalidad, serán determinar el auditorio a quien se va a dirigir para seleccionar el estilo apropiado, de acuerdo con el contenido y el espacio que debe ocupar; buscar los argumentos básicos de la noticia y desmenuzarlos; enriquecer el contenido con citas, referencias y estadísticas; establecer

---

<sup>69</sup> Judith Gillespie, op.cit., p. 59

<sup>70</sup> Ibid., p. 63

la realidad de hechos aceptados por todos sobre el tema que se trata; introducir, si es posible, experiencias personales.

El periodista no es una simple correa de transmisión de sus propias opiniones o de la información que otros le proporcionan; realiza reportajes originales, no confunde los hechos con las opiniones o los rumores y sus decisiones editoriales son acertadas. Los diarios impresos son los que tienen de ordinario el personal más numeroso y ofrecen mayor profundidad en una gama más amplia de temas que los medios electrónicos. “Con la adición de sitios en línea, muchos periódicos han empezado a superar las limitaciones de su programa tradicional de una publicación al día. Sin embargo, su alcance se limita en gran medida a una audiencia alfabetizada y con recursos, gente que sabe leer y tiene bastante dinero para comprar el periódico o acceder a una computadora para leer en línea”.<sup>71</sup>

En el caso de la radio, esta plataforma tiene una función principal que es informar. En el caso del Ecuador, la radio se constituye como una fuente de información importante. En el caso del proceso de producción de notas periodísticas, los principales actores radiales son en su mayoría los hombres. Las mujeres tienen un papel limitante, pues se rigen netamente a un ejercicio de reportería, que es igual de valioso, pero se restringe al proceso de informar sobre previas de fútbol, alineaciones, declaraciones de directores técnicos, jugadores, entre otros. Es decir, se la aleja del protagonismo que debería tener de opinar sobre temas de trascendencia dentro del periodismo deportivo.

No obstante, en general, se notan las siguientes características en la información de las notas radiofónicas: la preponderancia de noticias triviales e intrascendentes; el escaso interés por los aspectos económicos, las noticias relacionadas con el desarrollo, los problemas sociales, la educación y los asuntos laborales; en lo nacional, muy relativa preocupación por los problemas del interior del país y la población campesina: los noticieros están poco menos que monopolizados por la información capitalina, mientras que al interior se le concede ínfima importancia.

En la información internacional, se prevalecen las noticias procedentes de Europa Occidental y los Estados Unidos, y hay poca presencia de los corresponsales de América Latina. En tanto, en la información futbolística, siempre se hacen las mismas preguntas y se buscan a los mismos actores de la noticia. Actualmente, muy pocos periodistas tratan de innovar o salir del esquema tradicional. Por esa razón, se conoce

---

<sup>71</sup> Judith Gillespie, op.cit., p. 63

que muchos dirigentes de clubes, jugadores o gente vinculada con el medio deportivo, se quejan de que los periodistas formulan las mismas preguntas y no hay ninguna innovación.

La radio, una de las fuentes de noticias que más se usan en el mundo, tiene la ventaja de ser rápida y accesible. Los periodistas radiofónicos pueden obtener las noticias rápidamente durante la transmisión y cualquiera que tenga un radio de baterías puede oír sus informes casi en cualquier momento y lugar. Los reporteros de radio relatan sus historias con sonido ambiental, además de palabras, por lo cual los oyentes tienen la sensación de haber vivido parte de lo que realmente ocurrió.

La radio difunde noticias muchas veces al día, por lo cual las actualiza con frecuencia. Sin embargo, la mayoría de las radiodifusoras dedican poco tiempo a cada espacio informativo y este tiende a ser un breve resumen que solamente incluye las noticias más importantes, sin la profundidad ni la amplitud que un periódico puede ofrecer.

Por ejemplo, Yadhira Martínez, quien continúa trabajando parcialmente dentro del periodismo deportivo, específicamente en la radio, indicó que sus coberturas se limitaban a informar sobre el entrenamiento de determinado equipo, lesionados, declaraciones cortas de dos jugadores y un dirigente del club. El tiempo en radio es limitado. Actualmente, ella cree que el trabajo que desarrolló a tiempo completo como comunicadora deportiva es fácil, a comparación de lo que hace actualmente en el Departamento de Prensa de la Presidencia, que implica análisis, monitoreo o seguimiento de varios medios en cuanto a temas delicados de política.

Dentro de cómo lograr recabar la información antes de plasmarla como producto final, en general, según las periodistas entrevistadas, tanto de prensa, radio y televisión, indicaron que encuentran noticias en sitios de toda índole, pero la mayoría de ellas se originan en alguna de estas tres formas básicas: sucesos que ocurren en forma natural, como desastres y accidentes dentro de un club deportivo o federación; actividades planeadas, como reuniones y conferencias de noticias; hallazgos resultantes del esfuerzo personal de los reporteros.

En cambio, en el caso de la televisión, con sonidos e imágenes, los noticieros pueden mostrar a los espectadores lo que está pasando y no solamente la narración de lo que ocurre. Una de las fortalezas de la televisión es su capacidad de transmitir emociones y compartir experiencias con el público. Los avances tecnológicos -cámaras más pequeñas, edición digital y enlaces móviles- han hecho posible que la televisión

difunda sus noticias casi con tanta rapidez como la radio. No obstante, la dependencia del medio con respecto a la imagen puede ser una desventaja: las noticias por televisión se abstienen a veces de narrar historias complicadas porque no son visualmente atractivas.

Sin embargo, “la imagen juega un papel importante dentro de este medio de comunicación. La mujer se tiene que enfrentar a una cruda realidad, pues la belleza, la juventud y el conocimiento son aspectos que el público o espectadores buscan. No obstante, eso no se ve en la televisión ecuatoriana actual. Las mujeres deben estar preparadas para ser rechazadas y asumir también un reto de especialización”.<sup>72</sup>

En los medios de comunicación actuales, la tarea de informar es un fatigoso proceso que incluye la recopilación de datos y la verificación cuidadosa de los mismos para determinar su exactitud. A veces los periodistas son testigos de la historia, pero lo más común es que se enteren de los detalles por boca de otras personas que tuvieron experiencia directa con los hechos o son expertos en el tema. Esa información se ve reforzada o corroborada por fuentes adicionales y se coteja con evidencias documentales contenidas en registros públicos, informes o archivos.

En general, el buen reportero usa todos sus sentidos en el lugar de los hechos: observa, escucha, olfatea, saborea y palpa la historia para que el público pueda hacerlo también. Para hacer esto bien, el periodista necesita llevar un registro preciso de sus observaciones. Por ejemplo, un reportero de los medios impresos puede realizar su tarea con una libreta y un lápiz o pluma, pero también puede llevar consigo grabadoras de audio y cámaras, sobre todo si se espera que presente su historia en una edición adicional en línea. En el caso de la radio, los periodistas tienen que captar sonidos; para la televisión, usan tanto el sonido como el video.

Un buen reportero conoce que cuando una historia que contiene demasiada información es más difícil de entender. Cuando un reportero intenta explicar todos los detalles, lo más probable es que sólo confunda a la audiencia. Además, los periódicos sólo disponen de cierto espacio, los noticiarios de radio y televisión deben ajustarse a sus tiempos de transmisión, y los lectores, escuchas y espectadores tienen límites en su tiempo libre y su capacidad de atención para captar el contenido de las noticias.<sup>73</sup>

El buen periodismo implica selección, no compresión. El reportero debe usar el buen juicio en materia de noticias y decidir cuál es el material más importante para cada historia y en qué orden conviene presentarlo. Para muchos reporteros, la parte más

---

<sup>72</sup> Entrevista a Soledad Reyes

<sup>73</sup> Judith Gillespie, op.cit., p. 65

difícil al narrar una historia es decidir qué deben suprimir. Una forma de tomar esas decisiones consiste en elegir un punto o tema central para la historia, el cual se designa como el enfoque de la misma. Los reporteros de deportes figuran entre los periodistas que escriben mejor. Por su propia naturaleza, sus relatos tienen rasgos dramáticos, emociones y personajes desmesurados.

El buen escritor de deportes hace mucho más que informar el resultado de un partido o una competición atlética. Claro está que consigna los datos básicos, pero también muestra la perspectiva y un contexto que la audiencia no podría obtener asistiendo al juego o mirándolo por televisión. El escritor de deportes explica el cómo y el por qué de lo que ocurrió, no sólo el quién y el qué.

También informa acerca del negocio de los deportes y escribe historias de interés sobre atletas, dueños de equipos y aficionados. Pero el reportero de deportes tiene que empezar por lo fundamental. Debe tener conocimientos de todos los deportes, entender las reglas del juego o deporte que le toque cubrir y saber cómo se lleva la cuenta de los tantos. Trabaja con plazos muy estrictos, sobre todo cuando cubre juegos nocturnos. Tiene que llevar el marcador y tomar notas al mismo tiempo, lo cual no es tarea fácil durante un juego que avanza con rapidez. Lo más importante es que necesita encontrar un tema para cada historia y acomodar los detalles en torno a él.

En muchos casos, la mejor historia no sucede en el terreno. El escritor de deportes sondea lo que está pasando detrás del escenario, el ambiente en el vestuario o la tensión entre dos jugadores que podría afectar a todo el equipo. Trata con respeto a los deportistas y a los directivos, pero no los ve como héroes. Con frecuencia disfruta los deportes que le gusta cubrir, pero no es fanático ni partidario de ningún equipo. Como todos los periodistas, debe ser un observador imparcial e independiente de las historias que cubre.

Así como los reporteros de negocios y los de ciencia evitan la terminología de los negocios y la economía, el escritor de deportes no debe usar los términos que sólo el fanático o entrenador más enterado suele entender. Además, en esta profesión se corre el riesgo de algunos atletas y entrenadores se muestran agresivos, sobre todo después de una derrota.

## **4.2. Elaboración de notas por parte de periodistas deportivas**

Dentro del ámbito informativo, la comunicación deportiva está considerada como una de las manifestaciones periodísticas que de forma más clara transmite estereotipos sexistas. Para muchos, esto es debido a que este periodismo versa sobre una actividad que históricamente ha sido dominada por el género masculino y cuestionada para las mujeres.

La crítica feminista apunta que el tratamiento discriminatorio de las noticias deportivas se da tanto en la selección, distribución y composición de los contenidos, que son predominantemente masculinos, como en su presentación formal al hacer uso de un lenguaje que incurre con facilidad en tópicos y estereotipos que denotan menosprecio hacia el sexo femenino.

Existen algunos criterios a partir de los que el periodista escoge a sus fuentes: productividad, fiabilidad, credibilidad y autoridad. En esta parte de la disertación de grado, se describirá cómo las mujeres periodistas entrevistadas elaboran su trabajo profesional: qué métodos usan, cómo se ponen en contacto con sus fuentes, los riesgos que han experimentado, entre otros aspectos. Para esto, se entrevistó a varias mujeres periodistas deportivas de prensa (Marcela Caicedo, Martha Córdova, Paola Gavilanes y Diana Ochoa), de radio (Yadhira Martínez y Verónica Peralta), de televisión (Doménica Saporiti y Soledad Reyes).

Dentro de la elaboración de las notas periodísticas, las mujeres se caracterizan por su sensibilidad. Por tanto, esta cualidad se plasma en los temas que proponen en las reuniones editoriales. Este es el caso de Marcela Caicedo, quien reveló que cuando quería tratar al futbolista o dirigente deportivo desde el punto de vista familiar o mostrar su otra cara cuando planteó una nueva sección llamada “Yo fui”, que permitía conocer a los jugadores en sus otras facetas antes de incursionar en el deporte, sus compañeros se burlaban, pero su jefe creyó en su propuesta. Estas nuevas ideas generaron aceptación por parte del público y las columnas se mantienen hasta la actualidad. Marcela indicó que a ella le interesa que la gente conozca quién se encuentra detrás de las diferentes personalidades del deporte.

Los instrumentos de investigación de las periodistas son hoy más numerosos que antes, gracias a las computadoras y la Internet. Muchos de ellos son solamente versiones en alta tecnología de las herramientas básicas del oficio: guías, almanaques, enciclopedias y mapas. Otros son bases de datos e informes que habrían sido mucho



más difíciles de obtener en la época anterior a la Internet. Otras más son recursos que poca gente habría imaginado como motores de búsqueda, Facebook, Twitter o correo personal.

En este caso, Paola Gavilanes aseguró que ella ha conseguido entrevistas por estos medios con jugadores ecuatorianos en el exterior, como Christian Noboa, Felipe Caicedo, entre otros que están dejando en alto el nombre del país en el ámbito deportivo. Esto le ha dado un valor agregado, a diferencia de sus compañeros, que se dedican a buscar noticias desde la misma redacción, es decir, sin salir a hacer una reportería de campo o sin relacionarse de manera profesional con los diferentes contactos del mundo deportivo. No obstante, Robertson Vinueza dijo que si el tuviese el correo de algún jugador o el BlackBerry PIN, este no le daría una entrevista porque con los hombres son más cerrados o simplemente se niegan.

El problema de los hombres, en especial en la prensa escrita en donde yo me he desarrollado, es que se convierten en periodistas de escritorio; es decir, llaman a sus fuentes por teléfono, pero no les gusta salir a las canchas o entrevistar cara a cara a sus contactos. En cambio, a las mujeres nos gusta relacionarnos más y que sepan quienes somos para que sepan que estamos dentro del medio. Incluso, ver a tu entrevistado es importante hasta para la descripción de las notas, ver el ambiente en el que se desarrolla y cuáles son sus actitudes, como nerviosismo, alegría, tristeza, entre otras características.<sup>74</sup>

Una vez que se encuentre un informante útil para una historia, es conveniente que se mantenga en contacto con él o ella por largo tiempo. Obtenga la mayor información posible sobre la forma de contactar a cada informante, no sólo la dirección y el teléfono de la oficina, sino su teléfono celular y el de su casa, y su dirección de correo electrónico.

En este punto, es oportuno señalar que algunas consideraciones sobre el tema proponen que “normalmente los periodistas especializados desarrollan relaciones estrechas y prolongadas con sus propias fuentes que terminan convirtiéndose en fuentes personales. Es decir, se desarrolla una relación casi simbólica de obligaciones recíprocas entre fuente y periodista especializado”.<sup>75</sup>

En este punto, Martha Córdova comentó que si una periodista deportiva no marca sus límites y línea de respeto, se puede involucrar sentimentalmente con sus fuentes más cercanas, como jugadores en general o cuerpo técnico de algún club de fútbol. Indicó también que las chicas que incursionan actualmente en este medio en específico cambian su meta o se ven tentadas por el dinero de gente vinculada con el

---

<sup>74</sup> Entrevista Paola Gavilanes

<sup>75</sup> Judith Gillespie, op.cit., p. 70

medio. Además, tal es la falta de especialización que las mujeres pasan de la sección Espectáculos a Deportes como si fueran áreas de vinculación, lo cual está erróneamente planteado porque los deportes tienen seriedad en la emisión de noticias. No hay nada más desagradable para los que reciben el mensaje, en el caso del escrito, que las faltas de ortografía, el utilizar palabras confusas y rebuscadas que no permitan una clara idea de lo que se quiere indicar. Estos factores reflejan la falta de conocimiento. Los expertos asocian el éxito con la imagen verbal, puesto que no es fácil enfrentarse a la crítica en público y señalan que expresarse correctamente es sinónimo de una ventaja sobre los que no lo hacen.

Por ejemplo, las mujeres que pasan de farándula a hacer supuestamente periodismo deportivo son las que contaminan a la profesión, porque ellas no tienen la capacidad de informar como se debe sobre esta actividad que es hermosa. En todos nuestros movimientos, las mujeres somos puntos de crítica. Por eso, debemos manejarnos con cautela y ética a todo nivel. Por ejemplo, cómo estás vestida es punto de crítica, si no estás con libreta, igual. Peor aún, en las actitudes. Los deportistas del medio dicen que tal o cual periodista le coquetea, le pide plata, etc. El periodista debe conseguir una nota de la manera más ética. Por ejemplo, periodistas que están casadas con futbolistas, eso es algo que no se concibe. Eso está mal y éticamente no es posible. Es decir, hay que delimitar si quieres ser una buena periodista o conseguir marido. No hay que dañar a la profesión.<sup>76</sup>

Córdova mencionó que actualmente en los medios se ve un trabajo mal hecho. Por ejemplo, para elaborar entrevistas “no debe lanzarse preguntas improvisadas. La periodista debe tener claros los motivos de la elección del personaje y lo que espera lograr de esa conversación puede dar un rumbo inteligente a su cuestionario. Para esto, se suele agrupar las preguntas en bloques de temas. Los objetivos de una entrevista pueden girar alrededor de un asunto central, pero suelen traer más de un tema”.

En el caso de la radio, según Yadhira Martínez, la periodista que va a ejercer esta profesión debe darse cuenta de una cuestión importante: la mayor parte de sus informaciones serán en directo y no dispondrá de tiempo para prepararlas y tendrá que competir con hombres que posee mayor trayectoria dentro de esta plataforma. Por tanto, se verá mayormente expuesta a críticas y las equivocaciones van a estar presentes siempre. “La periodista debe hacer ejercicios de locución rápida y memoria, para evitar equivocaciones, conocer la terminología deportiva mejor que otro compañero, dominar el lenguaje y poseer una gran cultura, cuyo mejor método es a través de la lectura”.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Entrevista Martha Córdova

<sup>77</sup> Entrevista Yadhira Martínez

Además, Verónica Peralta, resaltó otra falencia. El mundo radial refleja uno de los grandes problemas que tiene el periodismo en general no solo el deportivo: los grandes medios de comunicación de este país ven como un negocio, y no como un principio, el informar. Entonces, se dedican a arrendar espacios a cobrar plata y se despreocupan mucho por los contenidos de sus productos y de sobremesa me parece que hay una corresponsabilidad del Estado que no se ha preocupado por vigilar, supervisar y por regular este tipo de medios.

En el caso de la televisión, la imagen es lo que cuenta y la especialización y estudios se ven relegados. Siempre sobresale la imagen de una mujer no deportista, y escasos conocimientos en el deporte, ya sea una modelo en pose erótica y con poca ropa o una simple presentadora que hace dos o tres reportajes sobre las alineaciones de un próximo partido, que no implica mayor técnica, puesto que en los medios televisivos, hay apoyo de editores que arman la noticia y expertos en el deporte asesoran a la presentadora o le elaboran un texto para que este solamente sea locutado.

Según Doménica Saporiti, para imponer una buena imagen se debe adecuar el modo de hablar, el lenguaje que se utiliza, las palabras, expresiones, etc. Sin embargo, no es suficiente tomar cursos de oratoria sino se aplican en la práctica al hablar frente a un grupo de personas, ya sea en una junta, exposición, conferencia, etc. “Unos puntos claves para tener éxito al hablar en público es sonreír y ser sencillo, además es primordial transmitir mensajes claros y breves. Este debe estar perfectamente bien definido, debe cumplir con los objetivos claros y ser preciso”.<sup>78</sup>

Además, la presencia de la famosa en cuestión se justifica informativamente por el advenimiento o celebración de un partido o competición respecto al cual la protagonista vierte su opinión en calidad de aficionada. No obstante, la opinión no es apoyada por parte de sus colegas en el estudio. Muchas veces solamente se dedican a dar avances, leer notas o dar las recomendaciones de los auspiciantes del programa deportivo que conduce.

Al referirse sobre belleza física, Soledad Reyes, inmersa en el mundo de la televisión pero también crítica sobre esta, dice que hay muchas chicas lindas que hacen notas de relleno o “lights”, pero cuando pasa el momento de gloria sufren porque no tienen bases periodísticas. Reyes admitió que por esta razón y lo que ha visto en el

---

<sup>78</sup> Entrevista Doménica Saporiti

mundo televisivo decidió estudiar para ganar mayor conocimiento y especialización dentro de esta rama.

La primera impresión que refleja una periodista deportiva es importante, se toma en cuenta que la imagen visual influye para la imagen pública. La respuesta que se obtiene de una persona al escuchar y/o ver algún elemento publicitario se considera para conocer el dominio que tiene sobre el tema. La opinión pública es influyente para la toma de decisiones de los demás. Claramente en las entrevistas se encuentran acciones importantes tales como investigación del medio y del periodista, preparación de la entrevista y la actuación eficiente durante el diálogo.

En otras ocasiones, se presenta la información de forma que las mujeres aparecen como seres dependientes y supeditados al rol masculino, en una posición secundaria o de inferioridad manifiesta, lo cual no hace sino reforzar tópicos que relacionan hombres y mujeres a partir de determinados papeles más concebidos desde la tradición que desde un plano moderno e igualitario. Las presentadoras deportivas adoptan un estilo, dependiendo de la audiencia que posee su espacio informativo. La programación deportiva no posee objetividad, puesto que al no poseer un conocimiento adecuado, al menos en los programas ecuatorianos, y la información se interpreta. Además, importa más lo que se ve (imagen) sobre lo que se dice (palabra).

La confianza que la mujer debe tener en ella misma y en lo que hace deben aumentar al grado de mostrar a los colegas periodistas que ella es capaz de realizar juicios de valor y debatir sobre temas deportivos sin sentirse inferior, para lograr esto, la obligación que tiene la mujer es capacitarse, informarse y estudiar todo lo relacionado a los deportes, para que con los conocimientos adquiridos y la experiencia que vaya tomando en el transcurso de su carrera, pueda llegar a tener éxito en la profesión, para sobresalir en el área del periodismo deportivo.<sup>79</sup>

En este punto, Alfonso Lasso dijo que, en el caso de la televisión, los jefes o directivos de un canal se dan cuenta si una periodista es buena y cuando no, de inmediato se ponen en evidencia, cuando se pregunta algo y no responde a la brevedad posible, titubea. “Llega un momento en que el pronter no funciona, en donde se tiene que improvisar, donde se tiene que apoyar de las estructuras básicas del deporte, del evento que hubo deportivo, de las reglas del juego, y que estas se sacan a flote y hacen ver la capacidad que tiene de reacción. Estos casos no se ven en el medio televisivo actual, según este periodista deportivo”.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Entrevista Martha Córdova

<sup>80</sup> Entrevista Alfonso Lasso

Si bien el fomento de estereotipos sexistas a través de la información deportiva es más evidente en los ejemplos mencionados al incorporar a mujeres ajenas al ámbito de la competición como meros reclamos visuales sin valor noticioso, también se produce en ocasiones cuando la protagonista sí es una mujer deportista y de ella se destacan en un mismo plano de la información tanto sus méritos deportivos y profesionales como sus atributos físicos.

Esta situación obliga a reflexionar acerca de los estrechos márgenes en que se mueven habitualmente los valores noticiosos y sobre las prácticas empresariales en la producción de los mensajes para valorar si no sería más enriquecedor elaborar la representación de la realidad sobre unos presupuestos más diversos, plurales y equitativos.

#### **4.3. Papel de las mujeres dentro del periodismo deportivo**

Las mujeres, al gozar de menos representación en las altas esferas del poder político, económico, cultural y social, tienen menores posibilidades de ejercer los papeles protagónicos de la información. La figura de la mujer en los medios como constructora de conocimiento, transmisora de información y como protagonista, ha sido caracterizada por su ausencia en contraposición con los hombres.

Pese a que la incorporación de la mujer al mundo del periodismo deportivo ha sido notoria y se ha producido con rapidez en las últimas décadas; sin embargo, los marcos socioculturales asentados desde antaño hacen que todavía se reflejen ciertas desigualdades en cuanto a la configuración de las identidades y las asignaciones de roles de uno y otro sexo en este tipo de periodismo.

Los medios de comunicación deportivos a menudo son acusados de adolecer de un discurso sexista, que es fruto de una visión androcéntrica de la realidad heredada de tiempos pasados. Este sexismo informativo es notorio tanto en la selección y redacción de los contenidos deportivos, que son predominantemente masculinos, como en su presentación formal al público al hacer uso de un lenguaje que incurre con facilidad en tópicos y estereotipos tradicionales que no hacen más que prolongar, en lugar de corregir, las desigualdades entre hombres y mujeres. Sin embargo, este tipo de periodismo no debe desaprovechar la oportunidad de educar en igualdad, ya que se dirige a un público masivo sobre el que ejerce una enorme influencia.

Existen mujeres que gustan y se apasionan por los deportes, y luchan por demostrar que no solamente gustan de ellos, sino que también los entienden y tienen las mismas capacidades para ejercer esta profesión. Incluso, hay ocasiones en que la mujer tiene ventaja sobre el hombre para conseguir una entrevista o conseguir respuestas que a ellos nunca les darían, pues los deportistas se relajan y las mujeres son capaces de hacerlos sentir más en confianza para obtener mejores resultados, esto se puede observar en la práctica diaria de la profesión, al ir a entrevistar a los entrenamientos de las diferentes disciplinas deportivas.

Además, la presencia en los medios de comunicación es muy inferior a la del deporte masculino, pero estas diferencias también se detectan índice de participación femenina en determinadas edades o en las directivas de clubes y federaciones, en donde los hombres siguen captando gran parte de los cargos directivos.

Por otro lado, según entrevistas hechas a varias colegas inmersas en el periodismo deportivo (ver anexos), a pesar de que se demuestra que son muchas a las que les gusta el periodismo deportivo, son pocas las que tienen la oportunidad de ejercerlo, o que se atreven a demostrarlo y a luchar por ser aceptadas en el área, por miedo a ser rechazadas, hacer mal el trabajo, o simplemente porque se cansan de esperar una oportunidad.

Este es un problema grave, pues aunque es cierto que los hombres se han empeñado en mantener a la mujer a raya de esta profesión, también es cierto que las mujeres se reprimen y critican a las que sí se atreven a hacerlo por considerarlo una profesión poco femenina o poco apta para una mujer, aspecto que las perjudica sin darse cuenta, pues lejos de apoyar a su mismo sexo, se esfuerzan por seguir siendo vistas de forma distinta y discriminándose entre ellas, aspectos que deberían tomar como ejemplo, pues esto ayudaría a que la cultura cambiara poco a poco a su favor.

Según Alfonso Laso (ver anexo), la principal barrera para que la mujer sobresalga en esta profesión es ella misma, que se permite tener otras prioridades antes que su ejercicio profesional, cuestión que no ocurre con el sexo masculino, aunado a esto la experiencia de la mujer en el área no llega a ser tan larga debido a su interés de buscar otra área, aunque esto también podría deberse al poco avance que la mujer percibe en el área deportiva por lo que busca la alternativa de otra área que le permita crecer más e impulse su carrera.

Por otro lado, para evaluar las condiciones laborales de la periodista se recurre a conceptos como rol y estatus, que permiten identificar las funciones que cumple ella

dentro del medio en que trabaja y la posición que considera que tiene y la que los demás le asignan en cuanto a prestigio y reconocimiento laboral. Partiendo de una noción sociológica, una profesión es definida como un “conjunto de roles -ocupacionales- en los que las personas desempeñan ciertas funciones valoradas en la sociedad en general y con las cuales se ganan la vida”<sup>81</sup>.

El estatus “es el lugar o posición de un actor social dentro de la estructura, es la ubicación dentro de la trama de relaciones”<sup>82</sup>, desde este concepto, se analiza la posición de los/las periodistas dentro de los medios de comunicación en los cuales trabajan o han trabajado. En tanto, el rol “corresponde a la acción que ejecuta un actor frente a otros y está directamente relacionado al estatus”<sup>83</sup>. Este concepto permite identificar las funciones que cumple cada periodista en el ejercicio de su oficio.

En este punto, cabe señalar que las mujeres no ocupan cargos relevantes dentro del periodismo deportivo porque los altos directivos de los medios de comunicación creen que no son capaces de desarrollarse como los hombres. Según entrevistas hechas a las periodistas, los hombres creen que ellas no pueden desempeñarse de manera adecuada como madres y trabajadoras.

En ello coincidieron periodistas y comunicadoras de Ecuador y España reunidas en el Seminario sobre medios de comunicación y perspectiva de género que se llevó a cabo en Guatemala en el 2007. Este fenómeno se da sobre todo en las esferas de la dirección que las mujeres están prácticamente ausentes, afirmó Sally Burch, directora ejecutiva de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) con sede en Quito, Ecuador. Así lo demuestra un estudio realizado en 2001 por la Federación Internacional de Periodistas, el cual “evidencia esta subrepresentación de las mujeres en los puestos de decisiones en los medios de comunicación, destacando el porcentaje de mujeres editoras, jefas de departamento o propietarias de los medios que no llega ni al 1%”,<sup>84</sup> peor aún dentro del periodismo deportivo.

Además, es notable que el aumento de las mujeres periodistas deportivas en la última década no ha logrado cambiar los contenidos, ni los tratamientos de la información de este tipo. En el caso de la televisión, esta no se caracteriza por una discriminación en cuanto a intentar presentar una imagen determinada de la mujer, simplemente está recogiendo, reforzando y afianzando estereotipos que vienen desde

---

<sup>81</sup> Redie.uabc.mx/vol3no2/contenido-fernandez.pdf

<sup>82</sup> www.mitecnologico.com/Main/ConceptoDeEstatus

<sup>83</sup> Es.wikipedia.org/wiki/Juego\_de\_rol

<sup>84</sup> http://alainet.org

años atrás. Por ejemplo, la mujer puede ser magnífica escritora, presentadora, periodista, locutora, directora de empresa, pero también debe seducir, encantar con su belleza exterior.

Dentro del periodismo deportivo hay diferentes tipos de periodistas: uno es el especialista en determinado deporte o modalidad deportiva, y que gracias a su conocimiento puede juzgar con transparencia. Otro es el de redacción, con un trabajo rutinario y no puede desarrollar todas sus destrezas. También están los que proponen reportajes, entrevistas, entrega de artículos o comentarios, que se caracterizan por su capacidad de informar y sus ganas de demostrar su calidad periodística. En la mayoría de ocasiones, en las mujeres periodistas deportivas estas cualidades son desperdiciadas por los dueños de los medios de comunicación y en especial por los responsables del área de Deportes de las diferentes empresas.

En la televisión ecuatoriana es raro ver que en los medios de comunicación televisivos aparezcan mujeres relatando partidos de fútbol o comentándolo en su rol de periodista. A la mujer se le sigue asociando, casi de manera exclusiva con el hogar y con la familia; mientras que en el hombre sigue valorándose su hombría, olvidándose de que sus expresar sus sentimientos y errores son normales; no obstante, esto no se justifica en una transmisión. El trato desigual impide mantener relaciones plenamente armoniosas entre hombres y mujeres; por tanto, limita la contribución plena de ambos para el desarrollo de la sociedad.

En un inicio y hasta la actualidad, se puede observar que la figura femenina integrando los equipos de periodistas deportivos responde más a la intención de aportar un toque de novedad, belleza y simpatía a las transmisiones que a buscar una mejoría en el contenido informativo. Diana Ochoa señaló que la mujer no es un adorno y dijo: “El periodismo deportivo no es lo más fácil del periodismo en general como muchos creen y el ser mujer complica un poco las cosas. Aunque en los Estados Unidos es un poco diferente de otros países de América, la condición femenina en esta disciplina sigue siendo un estigma”.

Criticadas más por ignorancia que por falta de capacidad, las mujeres que incursionan o quieren ser periodistas deportivas saben que están obligadas a luchar el doble que los hombres, porque no solamente están logrando el respeto por parte de sus colegas del medio, sino que quieren ser protagonistas en lo que se refiere a información y reconocimiento por parte del público en general. Según Doménica Saporiti, “las



mujeres están buscando una imagen más natural en la televisión, menos erotizada, más leal con su género y discreta respecto de su vida privada.

Como los sujetos comentan, al momento de integrarse a los equipos se ve a la mujer como un elemento más y se le exige y se le trata por igual, las relaciones laborales no tienen porque verse afectadas si se integran mujeres a esta área, pues lejos de afectar en algo, los beneficios que brindaría una mujer a un área en la que sólo laboran hombres son muchos, comenzando por el orden y responsabilidad en los aspectos del trabajo ya que la mujer es más detallista y ordenada mientras que el hombre actúa de una manera más despreocupada, por otro lado como ya lo hemos visto, la inclusión de la mujer le daría a los deportes ese toque femenino que en ocasiones necesita para llegar más al espectador.

Existen dos niveles de participación femenina en los deportes: las mujeres profesionales que han luchado por su acceso a cubrir las competencias nacionales e internacionales, y que en general han ingresado a la especialización en el área de la natación o gimnasia; pero también hay otras en donde la mujer ha enfrentado grandes obstáculos y prejuicios como en el atletismo, el boxeo o el fútbol, puesto que siempre han sido consideradas fuentes netamente masculinas. El segundo nivel de participación es el que se refiere a las mujeres que no tienen un estudio dentro del periodismo deportivo y no han cubierto las disciplinas correspondientes a este por su falta de especialización.

Al periodismo deportivo, en su calidad de mediador entre el público y la información, se le acusa de seguir utilizando de forma sistemática un lenguaje sexista que no hace sino reforzar la transmisión de estereotipos y roles tradicionales, y de mostrar la realidad de un modo andocéntrico, es decir, desde un escenario en donde las mujeres son representadas de manera asimétrica frente a los hombres y en donde raramente aparecen como protagonistas de las noticias.

Estas políticas informativas de corte conservador por parte de algunos medios que no acaban de estar a la altura de las transformaciones sociales experimentadas por las mujeres en los últimos años han situado a la profesión periodística en el punto de mira de la crítica feminista, que reivindica un tratamiento más ecuánime de las informaciones, de forma que estas recojan actitudes, pensamientos, valores, declaraciones y, en suma, formas de ver la vida que no se correspondan únicamente con los hombres que protagonizan la vida política, económica y deportiva.

La presencia femenina solamente consigue cierta equivalencia con la masculina en el conjunto de los ciudadanos anónimos; dicho de otro modo, aquellos que hacen declaraciones pero sin ser identificados explícitamente. La mujer está presente de manera intensa como testimonio anónimo de acontecimientos de actualidad o como actor social que expresa su opinión de forma improvisada o con declaraciones de una extensión temporal mínima (que puede describirse por segundo de presencia en pantalla). En este caso, tiene un protagonismo similar a la presencia masculina, a pesar de que siempre con un porcentaje menor en comparación con los hombres.

Tomando en cuenta todo esto se puede concluir que la inclusión de la mujer lejos de afectar a los equipos de trabajo que ya están constituidos podría traerles varios beneficios, teniendo en cuenta que el respeto debe regir sus relaciones, sólo falta que sea ella quien se decida a luchar por posicionarse en el área y dejar sus intereses personales (familia) y sentimentales de lado para triunfar en los deportes.

Sin duda, en el mundo de los deportes, principalmente en el periodismo, existen muchos prejuicios acerca de los pensamientos que pueden tener las mujeres sobre algún tema en particular. Por esto es que no se ve gran número de periodistas deportivas en los programas de deportes a diario. Sin embargo, esto ha servido como impulso para que algunos se inscriban en las diferentes escuelas de periodismo y especialmente se especialicen en el deportivo.

A estas conclusiones se han llegado por medio de entrevistas hechas a periodistas deportivas de los diferentes medios de comunicación (radio, prensa y televisión). Para esto, es necesario que se revisen los anexos, que se encuentran al final de esta disertación de grado acerca de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo.

## Capítulo V

### 5. Opinión pública

#### 5.1. Autopercepción de las periodistas deportivas

Este capítulo se desarrolla con diversas entrevistas efectuadas a periodistas deportivas, comunicadores responsables del área deportiva de medios impresos, radiales y televisivos, y una encuesta efectuada a 100 personas, de entre 15 años a 55 años, cuyos resultados serán presentados conforme avance el desarrollo de esta investigación.

Se expone cómo las mujeres se ven a sí mismas. Además, ellas revelan cuáles son sus ventajas y desventajas dentro del periodismo deportivo. Para conseguir este objetivo, se entrevistó a ocho periodistas deportivas, entre televisivas, radiales y del medio impreso. Ellas son Doménica Saporiti, de RTS; Soledad Reyes, de Gamavisión; Verónica Peralta, de radio Cosmopolita-La Pantera; Yadhira Martínez, de radio Carrousel; Marcela Caicedo, de Últimas Noticias; Diana Ochoa, de diario Hoy; Paola Gavilanes, de El Comercio; y Martha Córdoba, presidenta de la Asociación Deportiva de Pichincha y vinculada en los tres medios.

Dentro de la televisión, se explicará cuál ha sido la trayectoria de las dos mujeres que incursionan dentro del periodismo deportivo. En el caso de Doménica Saporiti, ella empezó a los 16 años en el canal de UHF Televisión Satelital haciendo un programa juvenil. Después, pasó a CD7 en el programa *Locos por el deporte*. Al mismo tiempo, hizo el espacio deportivo del noticiero de CN3. Ha estado en concursos como *LG Karaoke*, *D'Rojo*. Luego, ganó el concurso de belleza Miss Ecuador, en el 2008. Ha trabajado desde 2009 en RTS, en donde estuvo como presentadora del programa *Copa*, especializado en periodismo deportivo. Actualmente, conduce el programa *Combate*.

En el caso de Soledad Reyes, comenzó desde los 19 años en SÍ TV haciendo prácticas como reportera deportiva. Luego, pasó a TC Televisión, en donde trabajó con Diego Arcos. Viajó a Argentina para hacer un curso de periodismo durante 2 años. Retornó a Cabledeportes, en donde tuvo un programa de entrevistas internacionales deportivas. Actualmente, sigue en dicho medio pero también colabora para Gama TV. Ha estado en varios radios y escribió en la revista *Tenis Mach Point*.

Dentro del periodismo deportivo, las mujeres que han incursionado en la televisión han empezado como presentadoras o modelos, cuyo desempeño es diferente a desenvolverse como periodista, que implica investigación, síntesis y criterio para

identificar la noticia y plasmarla para que el televidente recepte de manera eficaz y entendible. En el caso de Doménica Saporiti, ella se identifica como periodista deportiva; sin embargo, no conoce la vivencia de un modo directo, pues no lo ha realizado en su totalidad.

En el caso de las periodistas deportivas radiales, Verónica Peralta empezó en 1998 en radio El Sol, luego estuvo en radio Colón, Hoy Radio, radio Sensación 800. Actualmente, trabaja en radio Cosmopolita-La Pantera. También fue corresponsal de revista Estadio en España. Ha compartido su trabajo con personajes del periodismo deportivo como Patricio Díaz, Andrés Benavides, Vicente Salgado y, actualmente, con Danilo Acosta.

En el caso de Yadhira Martínez (anexo N.4), que comenzó en el periodismo deportivo en 1990 en la Asociación de Fútbol No Amateur de Pichincha (AFNA) como pasante y luego pasó a ocupar el cargo de asistente de Gerencia. Estuvo en radio Colón. Actualmente, es asistente de Comunicación en la Secretaría de Comunicación; no obstante, los fines de semana divide su tiempo entre la familia y radio Carrousel.

Por otro lado, dentro del mundo de la prensa escrita, Marcela Caicedo ya tiene seis años dentro del periodismo deportivo. Se vinculó a los medios en el proyecto que hizo diario Súper. Luego, fue coordinadora de la sección deportiva de El Popular, en donde estuvo alrededor de tres meses. Dejó dicho puesto porque recibió una mejor oferta laboral en el diario Últimas Noticias, en donde ya trabaja más de tres años dentro del mundo del periodismo deportivo.

En tanto, Diana Ochoa empezó haciendo prácticas en radio Rumba. También ha estado en radio Súper K800, Caravana Radio y TV. Luego, pasó por el Departamento de Prensa de la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Posteriormente, tuvo un pase por la Federación de Motociclismo, en donde hizo relaciones públicas. Actualmente, ya está más de un año en diario Hoy.

En cambio, Paola Gavilanes se inició en esta profesión tras realizar nueve meses de pasantía en la sección Monitoreo de Noticias y un breve paso por la sección Cultura en diario El Comercio. Luego, debutó como periodista en el área deportiva, en donde estuvo tres años. Actualmente, está en la sección Espectáculos, en donde escribe notas relacionadas a la música.

Finalmente, Martha Córdoba, quien tiene una trayectoria muy amplia. Inició en radio cuando cursaba el cuarto curso de colegio trabajando los fines de semana. Luego, empezó a trabajar tiempo completo en radio Tarqui durante cinco años. Después,

cambió totalmente de medio y se fue a la prensa escrita, como diario La Hora, diario Hoy; diario El Comercio. En ese tiempo, también hizo los reportajes oficiales para la Fifa.com. Ahora, es corresponsal de DirecTV Sports. Desde hace dos años, se dedica tiempo completo como profesora en la Universidad de las Américas (UDLA). También está trabajando en la Dirección Metropolitana de Deportes y Recreación

Los tres medios (periódicos, radio y televisión) forman parte del proceso comunicativo masivo, pero poseen características diferentes; por tanto, las mujeres vinculadas al periodismo deportivo cuentan sus experiencias desde lo vivido en cada experiencia. Por otro lado, las entrevistas realizadas se podrán encontrar de manera completa en los anexos, al final de esta disertación.

Cabe señalar que se quiso entrevistar a María José Flores, de TC Televisión, y Gabriela Pazmiño, de Teleamazonas, presentadoras deportivas de dos canales importantes del país, pero su respuesta fue negativa. Esto demuestra el doble discurso de los medios, que se quejan por la falta de apoyo hacia los medios en cuanto a declaraciones o entrevistas, pero cuando alguien les pide el acceso a conocer más sobre ellas, su actitud es la misma.

En cambio, en el caso de la entrevista a Doménica Saporiti, ella se mostró fría en cada respuesta que redactó y no brindó mayor información, porque, según la productora del programa *Combate*, tenía desfiles y actos programados. Se le envió tres correos electrónicos más con repreguntas y pedidos de contestación, pero solo se obtuvo silencio. Esta situación refleja que hay poco interés y gana de contribuir a este tipo de investigaciones académicas.

Cabe señalar que la mayoría de las entrevistadas tiene más de tres años de experiencia en la rama del periodismo deportivo. Dentro de su incursión se han encontrado con muchas satisfacciones, pero también reconocieron que no es un campo fácil de ingreso de la mujer porque esta profesión siempre ha sido “gobernada” por los hombres. Ellas comentaron las pericias que han tenido que pasar.

Por ejemplo, Marcela Caicedo (anexo N.5) señaló que si bien el periodismo deportivo hace pocos años se ha abierto más a la incursión de la mujer, hay muchas barreras todavía. Además, reveló que algunos colegas hombres piensan que consiguen buenas entrevistas solo por la condición de género, es decir, por ser mujeres.

Este tipo de versiones evidencia que aún no se cree en la capacidad intelectual ni profesional de las mujeres periodistas deportivas, excluyéndolas así de coberturas trascendentes en el mundo del deporte o de disciplinas que siempre se han considerado

“masculinas”, como el caso del fútbol, siendo así que a las mujeres se les encarga temas de tenis, natación o deporte amateur. Incluso, los colegas, cuando una mujer llega a una cobertura, la catalogan como “buscamarido”

Desde el inicio, por ser mujer, ya eres estigmatizada. Por ejemplo, los colegas de otros medios piensan que uno consigue una buena entrevista o nota solamente por ser mujer y vincularse en relaciones amorosas, y hasta sexuales, con jugadores, dirigentes deportivos. En mi caso, en un sinnúmero de veces, han dicho que mis notas las consigo por esa razón. Lo cual es totalmente falso. Yo he pasado por muchas dificultades, pero, a la vez, los resultados de mi trabajo son el premio que alcanzo al final, porque en la publicación se plasma lo mejor de uno mismo. Este es un medio bastante machista, pero, gracias a Dios, también he conocido gente que me ha abierto las puertas. Los periodistas hombres saben que a veces las fuentes te dan una nota si hay de por medio una aventura, pero ellos creen que todas las mujeres aceptamos y eso no es así. Sí se han dado casos, pero tampoco pueden generalizar a todas. Eso está mal porque dañan la imagen de nosotras. Yo, por ejemplo, gracias a mi experiencia, sé cómo manejar esos malos momentos que se dan con los jugadores, en especial con los futbolistas.

Este tipo de experiencia refleja un tradicionalismo todavía latente dentro de los medios de comunicación. La mujer siempre ha estado vinculada a la misión de disciplinar al esposo y educar a los hijos en valores católicos. Las virtudes, como el trabajo, la honradez, la responsabilidad, entre otras, deben ser transmitidas en su hogar. En síntesis, la economía del hogar, las tareas domésticas, educación y disciplina de los hijos, la integridad moral de todos los miembros de la familia, fueron todas tareas femeninas elevadas a la categoría de oficio bajo el título de “ama de casa” o “reina del hogar”.

La mayoría de hombres, según las entrevistadas dentro de esta investigación, no asimila todavía que las mujeres se preocupen de sí mismas y de su formación académica y profesional. Actualmente, las mujeres se han convertido en seres independientes económicamente, es decir, ya no dependen en muchas ocasiones, del hombre para el sostenimiento del grupo familiar. Los cambios en las pautas familiares y laborales varían de una cultura a la otra. Lo que hay que tener presente es que la interacción entre trabajo y familia afecta a los roles de género, a la división del trabajo y a la interrelación de ambos campos entre sí.

Sin embargo, mientras que muchas mujeres se han incorporado al sector laboral, los hombres se están resistiendo a incorporarse a las tareas familiares y al mantenimiento de la casa, especialmente si están sesgados hacia la concepción de que existen papeles que deben ser desempeñados por los hombres o por las mujeres, separadamente.

Dentro del mismo tema, Yadhira Martínez manifestó que el periodismo deportivo es un género machista. Cuando se empieza a incursionar dentro de dicha rama de la comunicación, es para ellos como un golpe. Incluso, para los mismos hinchas, es una falta de respeto ver a las mujeres periodistas deportivas dentro de los diversos escenarios deportivos, según esta periodista, que trabaja actualmente como asistente en la Secretaría de Comunicación. Es decir, el rechazo que la mayoría siente no solo viene de sus colegas, sino también de los hinchas, que las ven hacer su trabajo en las canchas o estadios.

Yo viví experiencias muy desagradables en esta rama del periodismo, pues, trabajando en AFNA, tenía que ir a los diferentes partidos que se disputan en el Atahualpa. Incluso, los hinchas, cuando yo estaba en la cancha, me veían mal y me gritaban: “¡Lárgate a cocinar!”, “¡Vete a tener hijos!”, entre otras cosas. Fue duro y doloroso el ver cómo nos trataban a las mujeres. También puedo decir que las mismas mujeres del medio buscan la manera de hacerte daño por envidias y problemas.

Este medio ha sido, es y será para mi súper machista. Antes, cuando la mujer recién empezaba en esto, para ellos fue un shock, porque no podían pensar que una mujer pudiese hacer un mejor trabajo que ellos. Creen que la mujer no es capaz y dicen que si la mujer hizo una buena nota o consiguió una buena entrevista, es porque ella estuvo involucrada con su fuente, como que se acostó con su entrevistado o está saliendo con alguien. Los hombres no son capaces de aceptar que la mujer sí es capaz.

Dentro del análisis, los insultos de los hinchas se relacionan directamente con la actitud sexista, que se basa en desigualdades entre sexos. Las formulaciones tradicionales concebían el sexismo como una actitud de prejuicio o conducta discriminatoria basada en la supuesta inferioridad o diferencia de las mujeres como grupo. En la actualidad, los desarrollos teóricos consideran que existe un conjunto de actitudes interrelacionadas hacia las mujeres en cuanto que las considera de forma estereotipada y limitadas a ciertos roles.

Uno de los procedimientos discursivos que tiene mayor trascendencia a la hora de situar a la mujer en una posición relegada o dominada es la tendencia masculina a no atribuir en su discurso a las mujeres el papel de agente de las acciones, sino de objeto de las acciones masculinas.

Diana Ochoa (anexo N.6) cree, en cambio, que hay ventajas, pues contó que hay ocasiones en que la mujer obtiene una entrevista o consigue respuestas que a los hombres nunca les darían, pues son capaces de hacerlos sentir más en confianza para obtener mejores resultados, en el buen sentido de la palabra. Esto se puede observar en

la práctica diaria de la profesión, al ir a los entrenamientos, que las fuentes sepan quién es cada uno y qué tipo de trabajo se hace.

Esta versión de la periodista de diario Hoy connota un discurso machista, pues cree que solo por su condición puede elaborar una mejor nota o tener exclusivas. Las mujeres muchas veces se ven contagiadas por el machismo de una forma inconsciente y, de una u otra forma, reafirma lo que sus compañeros piensan sobre ellas. No por ser mujer se obtienen mejores resultados, sino por la capacidad que cada una posee con un trabajo ético y responsable.

El estudio del sexismo pone en evidencia cómo la visión dominante de la sociedad y de las relaciones entre los géneros es, predominantemente, masculina. Se parte de la hipótesis de que en la lengua común aparecen una serie de recursos y estrategias lingüísticas que desempeñan un papel en el mantenimiento de la dominación masculina, ocultando la participación de la mujer en la sociedad, imponiéndole una imagen estereotipada y silenciando sus puntos de vista.

En el caso de las mujeres que incursionan dentro de la televisión en el ámbito deportivo, Doménica Saporiti (anexo N.1) añadió que la única ventaja desde la perspectiva de género es que hay pocas en esta rama. Sin embargo, hay que hacerse respetar y mostrar conocimiento. “Aparte, si una mujer quiere incursionar a la televisión debe tener imagen y saber a lo que se va a enfrentar, que son las críticas de la gente que está al lado del televisor, que nos juzga sin pensar”.<sup>85</sup>

No obstante, en este punto cabe preguntarse qué significa tener imagen. Los medios de comunicación pretenden mostrar los hechos tal y como son, puesto que estos resultan siempre demasiado complejos para ser recogidos en palabras o imágenes. De esta manera, la prensa, la televisión o la radio terminan imponiendo, cada una a su manera, una interpretación, un estereotipo. Y al interpretar y presentar esta mirada particular como si fuese el conjunto de lo real, los medios construyen realidad, generan ideas sobre el mundo y configuran abiertamente hechos a partir de los hechos. Si alcanzan amplios niveles de difusión, su lectura puede convertirse, a fuerza de reiteración, en referente de verdad para el grupo social.

Los elementos comunes más significativos que se han podido identificar con respecto a las mujeres escogidas para ser interpretadas o concebidas por el público como periodistas deportivas son los siguientes: se trata de mujeres guapas, de clase alta,

---

<sup>85</sup> Entrevista Doménica Saporiti



destacadas por sus logros en campañas de belleza y famosas (reconocidas) a nivel nacional o internacional.

En tanto, Soledad Reyes (anexo N.2), que no solo es presentadora sino también se desempeña como reportera, consideró que no hay ninguna ventaja para las mujeres dentro del periodismo deportivo. Es decir, esto denota que la mujer debe esforzarse el doble para resaltar dentro de este. Indicó que siempre a una mujer la van a minimizar por estar metida en el fútbol o en cualquier disciplina. Hay que trabajar duro.

En cambio, para Martha Córdoba (anexo N.8), es una ofensa pensar que la mujer consigue exclusivas por su condición de género. Sin embargo, ella ha sentido en carne propia cómo los hombres, mayoría en la rama del periodismo deportivo, hacen de lado a la mujer más aún cuando llega a ocupar cargos relevantes o de dirección al frente de un medio de comunicación u organismo relacionado con este tipo de periodismo.

Yo jamás en mi vida, hasta hace un año, he puesto mi condición de mujer para conseguir alguna información o cubrir determinadas coberturas. Siempre he dicho que la capacidad se mide en el momento exacto. Entonces, en las coberturas nacionales e internacionales, siempre les he dicho a mis colegas que vamos a demostrar quién es quién. Afortunadamente, me ha ido muy bien. La constancia está en mis escritos en los medios en los que he trabajado. En el primer mundial en el que Ecuador clasificó, estuve trabajando en el diario Hoy y todo el mundo quería saber del mundial. En este evento, la prensa deportiva estuvo a prueba. Cuando yo regresé, habían duras críticas por las transmisiones de radio y televisión, y las publicaciones de prensa. Afortunadamente, yo recibí buenas opiniones hasta un año después de sucedido este hecho. En El Comercio, por parte de Gonzalo Ruiz, por ejemplo, hubo muy buenos editoriales a favor de mi trabajo. Yo siempre he dicho que la capacidad y la inteligencia se miden en el trabajo. Yo creo que, y eso les he trasladado a mis alumnos, el que es capaz, donde quiera se desarrolla.

Yo he sentido el machismo desde hace un año que estoy como presidenta de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha. Por ejemplo, realizamos una premiación a los mejores deportistas del año anterior en el Palacio de Cristal, en el Itchimbía. Este evento salió solamente en dos periódicos. Al resto, que son socios de este organismo, no les importó publicar nada, porque no admiten que una mujer esté a cargo de esta institución. Yo les he dicho que si tanto es el machismo que florece, porqué no estuvieron hace un año que nadie quería comandar la asociación.

Dentro de la experiencia de la periodista, se puede analizar que, décadas atrás, el espacio social de la mujer era el privado, dedicada en su totalidad a las labores del hogar; su principal expresión fue la ausencia en el mercado de trabajo. Sin embargo, la trayectoria a seguir ha sido la de incorporarse en mayor proporción al mercado de trabajo y adquirir los mismos derechos que los hombres, que anteriormente estaban restringidos. La mujer compite ahora por alcanzar el mismo nivel social, económico y de poder que los hombres.

Por otro lado, dentro del mismo aspecto, Paola Gavilanes (anexo N.7) comentó que el hecho de ser una mujer no le pone un escalón más arriba que un hombre. Los logros dependen de lo preparada que se vaya a una determinada cobertura.

Durante mis tres años de desempeñarme como periodista deportiva conseguí todas las entrevistas designadas y las que me propuse. El hecho de ser mujer solo permite, de alguna manera en el caso de los jugadores, que te contesten las preguntas o te pidan disculpas por no poder atenderte. Con los hombres, muchas veces eso no sucede. Pero eso se da por el bajo nivel educativo de los entrevistados. En una competencia de ecuestres, eso no sucede. Los deportistas tienen las mismas consideraciones con la mujer u hombre periodista.

Por otro lado, Verónica Peralta (anexo N.3) manifestó que, en ocasiones, ha tenido mayor acceso a la información por ser mujer, porque los entrenadores, jugadores y gente vinculada al deporte son más amables. “A veces, con los hombres, son un tanto groseros y descorteses. Yo creo que ven nuestro trabajo y prefieren darnos entrevistas solamente a determinadas periodistas”.<sup>86</sup>

Dentro de las entrevistas, se descubrió también que las mujeres que incursionan en este medio elaboran notas que los hombres no tratan, como son las historias humanas, puesto que es más complejo para la fuente abrirse en lo personal a un hombre que a una mujer. Esto se traduce en una ventaja para las periodistas deportivas, ya que son notas exclusivas y destacan su habilidad que tienen para capturar información. Las entrevistadas coincidieron en que una mujer no puede mostrarse indiferente ante el sufrimiento de alguien, por lo que si un deportista derrotado se muestra frágil y sensible, la mujer capta y plasma eso en el producto final.

En el caso de Marcela Caicedo, ella indicó que en los deportes hay números, estadísticas, pero detrás de eso hay un protagonista, un ser humano, y eso es lo que le gusta contar en sus notas:

En diario Últimas Noticias, yo propuse una sección que se llama “Yo fui”, en donde los jugadores cuentan los esfuerzos que han hecho antes de llegar a ser reconocidos. La gran mayoría de jugadores viene de estratos bajos y para llegar a donde están han tenido que sufrir mucho. En la elaboración de mis notas, me encontré con que algunos vendían naranjas en el mercado, otros trabajaban en mecánicas, quienes laboraban en buses. Estas son historias que mucha gente no sabe, solo conoce que tal o cual jugador hizo el gol en un determinado minuto y se acabó. He hecho de todo, pero este tipo de notas son las que mayores satisfacciones me han dado.

Somos más sensibles y los jugadores se abren más con nosotras. Bueno, al menos a mí eso me ha pasado, no sé si con todas serán así. Voy a comentar el caso de Michael Arroyo, quien llegó a Deportivo Quito con el antecedente de haber sacado dopaje positivo por marihuana y tuvo una suspensión de seis meses. Él llegó al equipo gracias a la confianza del técnico Rubén Darío Insúa

---

<sup>86</sup> Entrevista Verónica Peralta.

y ahora está en México. Yo a él le hice una nota, una historia, sobre cómo empezó en las drogas, cómo salió de este mundo, cuándo consumía, dónde lo hacía.

Estas cosas no se cuentan a cualquiera. Gracias a mi trayectoria, experiencia, yo he llegado a tener una conexión y les trato de dar confianza para que me cuenten sus cosas más personales para que el lector conozca más sobre ellos. Ojo, no con todos, porque algunos prefieren reservarse muchas cosas y uno tiene que respetar ese espacio. Yo creo que en este punto sobresale la capacidad de la periodista para abordar a su fuente y cómo se hacen las preguntas más delicadas. Lo más satisfactorio es cuando te llaman y te dicen que les guardes la nota porque les gustó mucho. Esto me ha pasado un montón de veces, pero también hay el lado negativo de que no a todos les guste tu trabajo.

En el caso de Marcela Caicedo, se puede ver que existen mujeres que pueden cambiar los parámetros noticiosos del deporte y dar un valor agregado a las noticias. Hay la crítica sobre que los periodistas deportivos preguntan siempre lo mismo y dan el mismo eje a una nota pero cambiando de personajes o instituciones.

No obstante, las entrevistadas también reconocieron que hay mujeres que se aprovechan de su condición de periodista para obtener ayuda en las entrevistas y hasta se llegan a involucrar con sus fuentes. Sin embargo, dijeron que dentro de las deportivas no hay muchos casos como sí los hay en el campo de la farándula, que llegan con una idea errónea. La periodista debe conseguir una nota de la manera más ética. Por ejemplo, periodistas que están casadas con futbolistas, eso es algo que no se concibe. Eso está mal y éticamente no es posible. Algunas periodistas opinaron sobre este tema. A continuación, sus opiniones:

Yo creo que en el periodismo deportivo quien no es profesional no dura, puesto que por este medio han pasado muchas personas que han entrado, pero lo importante es mantenerse, y uno se mantiene demostrando que se hace un buen trabajo, que una puede ser profesional y especializarse.<sup>87</sup>

Las mujeres debemos estar enfocadas en lo que queremos hacer, porque ahora hay casos que jovencitas que recién empiezan en esta profesión se vinculan sentimentalmente con jugadores o gente del medio deportivo. En mi caso, yo siempre seguí la línea de periodista deportiva que quería trabajar por el deporte, por los deportistas en general. Hay gente que no sabe que el servicio como periodista es para la comunidad no al futbolista, porque él ya gana muchísimo. Hay que enfocarse en el trabajo social que hacemos. Entonces, yo debo tener una guía y una relación directa con la fuente, pero no puede valerme de eso para ir más allá. Esto ya es una cuestión de ética. Yo, hasta ahora, a cualquier futbolista o deportista, le llamo Señor. Claro, lo que ganaba ahí era que me identifiquen. Si yo marco un punto de respeto, voy a ganar lo mismo. En todos nuestros movimientos, las mujeres somos puntos de crítica. Por eso, debemos manejarnos con cautela y ética a todo nivel. Por ejemplo, cómo estás vestida es punto de crítica, si no estás con libreta, igual. Peor aún, en las actitudes. Los deportistas del medio dicen que tal o cual periodista le coquetea, le pide plata, etc. Es decir, quieres ser una buena periodista o conseguir marido. No hay que dañar a la profesión.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Entrevista a Marcela Caicedo.

<sup>88</sup> Entrevista a Martha Córdoba.

La desventaja es que debes competir con gente que no tiene preparación, eso incluye a hombres y mujeres que ejercen la profesión de forma empírica. Hay muchas que no tienen la más mínima idea de lo que hacen en la cancha y eso después se generaliza, es decir que piensan que las mujeres solo están allí por ver a los jugadores, que siendo realista sí existe ese tipo de “profesionales”.<sup>89</sup>

Hay mujeres que entran con un pensamiento muy equivocado. El papel que cumplen las mujeres es el que cada una quiera cumplir. Lo que quiero decir es que si cada una se da el respeto que merece, la respetarán; de lo contrario, si se utiliza al periodismo deportivo como catapulta o exhibicionismo para simplemente entrar en la televisión, no creo que se la mire con el mismo respeto.<sup>90</sup>

Hay mujeres que se han aprovechado y se siguen aprovechando de su condición de comunicadores y creen que el vincularse sentimental o sexualmente es su carta para tener una estabilidad económica, pero no se dan cuenta que la profesión de un deportista es efímera, pues puede ser bueno, pero le ocurre un accidente y el minuto de fama se le acabó; y si no tiene una perspectiva de qué hacer a futuro, terminará en la ruina, como hay miles de casos en el mundo y también en Ecuador. Hay mujeres que salen a farrear o se involucran con jugadores. Esto demuestra falta de ética. Una cosa es saludar amablemente, porque al fin y al cabo son sus fuentes, pero tampoco ir a otro plano.<sup>91</sup>

Este tipo de testimonio refleja que para algunas mujeres el periodismo deportivo y los escándalos que este pueda acarrear son sinónimo de fama y prestigio. En el Ecuador, han existido casos de modelos que llegan a tener “reconocimiento” por sus vinculaciones con deportistas, especialmente futbolistas. Incluso, gente que no es pública ha llegado a la incursión en los medios por su vinculación con periodistas deportivos o gente vinculada al deporte, como directivos o estrategias de varios equipos. Esto demuestra que la ética y la moral se han desvinculado. Lo único importante ahora es lograr la fama, pasando incluso por bochornos públicos, que se divulgan en programas de farándula.

Paola Gavilanes, otra periodista deportiva de prensa escrita, dijo que el periodismo deportivo es un área complicada de ingresar siendo mujer, pero no imposible. Además, dijo que la base es estar informada, actualizada y preparada. “El rol de la mujer, estando perfectamente preparada, es fundamental para generar notas más humanas, con sentido, que no sean solo números como nos los presentan los presentadores tradicionales, en referencia a los periodistas o presentadores televisivos”.<sup>92</sup>

Por otro lado, dentro de las desventajas, las entrevistadas tuvieron puntos en donde concuerdan. Es decir, los problemas que enfrentan son similares, ya sea que

---

<sup>89</sup> Entrevista a Paola Gavilanes.

<sup>90</sup> Entrevista Soledad Reyes.

<sup>91</sup> Entrevista Yadhira Martínez.

<sup>92</sup> Entrevista Paola Gavilanes

trabajen en radio, televisión o prensa escrita. A continuación, se expondrán algunas dificultades de las periodistas o mujeres vinculadas con el periodismo deportivo.

En el ámbito masculino existen territorios que prácticamente no se negocian y no hay acceso de la mujer, por ejemplo, en los medios nacionales, no se ven a mujeres relatoras de partidos o comentaristas experimentadas. Las mujeres que se atreven a incursionar en estos campos son criticadas y consideradas poco femeninas. Por otro lado, los hombres piensan que porque han estado vinculados desde siempre al fútbol, pueden hablar con conocimiento de causa y las mujeres no pueden hacerlo.

En este punto, Doménica Saporiti dijo que las mujeres que se incorporan a esta rama son blanco fácil de las críticas. “Por ejemplo, yo una vez me equivoqué en un comentario que hice, respecto del marcador, y a mi celular, no sé cómo, empezaron a llegar una serie de insultos y de reclamos. Los hombres también se equivocan y nadie les dice nada. Me parece que si nosotros erramos en algo eso se convierte en un pecado”.<sup>93</sup>

Finalmente, se pidió a cada una de las entrevistadas que hagan una evaluación del trabajo y desenvolvimiento de sus colegas de radio, televisión y prensa. Algunas respuestas evidenciaron el rechazo de las periodistas de la prensa escrita y radial hacia las conductoras y periodistas televisivas. La mayoría de las respuestas se centraron en que la imagen no es sinónimo de conocimiento sobre el tema deportivo.

Yo no voy a desmerecer el trabajo de nadie, porque por algo estás ahí. Sin embargo, lo que nunca me va a cuadrar es que una periodista deportiva jamás pise una cancha, no sienta lo que es hacer una entrevista, acudir a un partido, hacer una pregunta, etc. Ser mujer periodista deportiva implica estar en las canchas, en los estadios, estar en lluvia, estar en sol. Lo más chévere es sentir que un jugador, un directivo o gente vinculada con el deporte sepa quién eres. Que un dirigente, cuando le llamas, sepa con quién está hablando. Hay gente que solo lee noticias, notas, y no va más allá de eso.<sup>94</sup>

Depende mucho de la mujer cómo se quiera mostrar, es decir como la presentadora-modelo o como la periodista-reportera. Entonces, la propia fuente te identifica. Hay quienes ya identifican lo que quieren los periodistas como las notas light o las notas serias que hablen de estrategias, profundidad, entre otros aspectos. Yo creo que en la actualidad hay muchas chicas que están incursionando en el periodismo deportivo sin marcar un eje claro en su vida. No es por vanidad, pero yo no he visto a ninguna mujer que haya hecho lo que yo hice en 29 años. Por ejemplo, Soledad Reyes es buena pero no ha logrado imponerse. Por ejemplo, las mujeres que pasan de farándula a hacer supuestamente periodismo deportivo son las que contaminan a la profesión, porque ellas no tienen la capacidad de informar como se debe sobre esta actividad que es hermosa.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Entrevista Doménica Saporiti

<sup>94</sup> Entrevista Marcela Caicedo

<sup>95</sup> Entrevista Martha Córdoba

También es necesario que varias presentadoras, en especial de la televisión, tomen conciencia de que no solo basta una cara bonita y después que se te burlen tus compañeros. El periodismo deportivo, en el caso de las mujeres, va mucho más allá, pues una tiene que estudiar y especializarse, lastimosamente eso no hay en el Ecuador.<sup>96</sup>

Como se explicó anteriormente, la imagen juega un papel importante. En el Ecuador, lastimosamente, si no se es físicamente atractiva y voluptuosa, extranjera o se incursionó en algún concurso de belleza, la mujer es desechada en la incursión de los medios, en especial dentro del periodismo deportivo. La idiosincrasia en este país hace que las extranjeras, gente con falta de preparación y conocimientos, reinas de belleza, se involucren en la mencionada rama de la comunicación. Esta es una lucha larga porque si uno quiere que el periodismo deportivo cambie y las mujeres sobresalgan, hay que proponer a los dueños de medios de comunicación que cambien la visión y estereotipo que existe actualmente hacia la mujer.

Incluso, según Soledad Reyes, quien ha incursionado en el medio televisivo, afirma que es una realidad que las chicas ahora se involucran con este medio para sacar provecho u obtener fama de manera rápida: “Hay mujeres que entran con un pensamiento muy equivocado. El papel que cumplen las mujeres es el que cada una quiera cumplir. Lo que quiero decir es que si cada una se da el respeto que merece, la respetarán; de lo contrario, si se utiliza al periodismo deportivo como catapulta o exhibicionismo para simplemente entrar en la televisión, no creo que se la mire con el mismo respeto”.

Dentro de la investigación se descubrió que pocas de las mujeres entrevistadas y en general no han llegado a cargos de decisión dentro de lo que se refiere al periodismo deportivo. Martha Córdoba y Yadhira Martínez han ocupado cargos de editora y coordinadora en la sección deportes, respectivamente. La mayoría siguen desempeñándose como reporteras. Sin embargo, en el caso de Soledad Martínez, ella rechazó la coordinación de un canal porque eso implicaba despedir a varios empleados y prefirió mantenerse al margen de estas decisiones.

Lo importante, según estas mujeres periodistas deportivas, es dar a conocer el rol que ellas cumplen en el ámbito del periodismo relacionado con los deportes demostrando sus habilidades y el perfil que debe tener para tener éxito en esta profesión, dando bases a otras profesionales que desean desarrollarse en esta área para que les sea más fácil ingresar.

---

<sup>96</sup> Entrevista Paola Gavilanes

## **5.2. Mirada de los medios sobre las periodistas deportivas**

Dentro de la percepción que tienen los responsables de los medios frente a la incursión de la mujer en el periodismo deportivo, se entrevistó a cinco periodistas vinculados con esta rama de la comunicación. José Granizo, director de Tarqui Deportes; Alfonso Laso, director nacional de Deporte Total de Teleamazonas; Robertson Vinueza, editor de Deportes de la agencia Andes; Esteban Ávila, coordinador de Futbolero del diario Últimas Noticias; y Raúl Chávez, editor de Solo Deportes de diario Hoy, dieron su perspectiva sobre esta nueva experiencia femenina dentro de un campo que antes era gobernado solo por el género masculino.

En el caso de José Granizo (anexo N. 9), él ha estado 45 años en el periodismo deportivo. Se inició muy joven, a los 17 años, en el colegio en donde estudió (San Felipe de Turubamba), en donde había una radio, en donde empezó comentando sobre los diferentes partidos de fútbol. Trabajó en Riobamba en tres emisoras locales. En Quito, estuvo en radio Gemas durante el Mundial de 1970. Ha pasado por radio Éxito, radio Fiesta, radio Colón y radio Tarqui, en donde trabaja 34 años. También estuvo en Gamavisión.

Alfonso Laso (anexo N. 10) incursionó en 1984. Desde adolescente, le ayudaba a su padre en la producción. Luego, tuvo la posibilidad de viajar a Buenos Aires para especializarse dentro del periodismo deportivo. Estuvo en Cable Deportes, en RTS (entonces Telesistema), hasta que llegó a Teleamazonas, en donde se desempeña como director nacional de Deportes. También es uno de los altos directivos de La Red.

En cambio, Robertson Vinueza (anexo N. 11) inició en el 2000. Empezó con una pasantía como reportero deportivo en Teleamazonas. No obstante, ha manejado otros campos cuando han existido urgencias en las coberturas, como el caso de la catástrofe del 11-S en los Estados Unidos con las Torres. Luego, entró a Diario Hoy, en donde empecé trabajando en monitoreo de medios. Posteriormente, pasó a la sección Deportes. Ha estado en El Universo, El Comercio. Más tarde, lo llamaron para ocupar el puesto de co-editor en Diario Hoy. Actualmente, es editor de Deportes en la agencia pública Andes.

Esteban Ávila (anexo N. 12), quien tiene 10 años de trayectoria solo en el periodismo deportivo. Formalmente, incursionó en Perú.com, que es un portal deportivo con una trayectoria de 15 años, en donde estuvo dos años. Luego, hizo la sección

Ecuador de la página Fútbol Ecuador. Desde 2002, está en diario Últimas Noticias, en donde empezó como reportero y ahora es el coordinador de la sección Futbolero.

Finalmente, Raúl Chávez (anexo N. 13), quien inició en 2004, trabajando para radio La Red como periodista cubriendo equipos de Quito. Luego, comentó y tuvo la conducción de dos programas. También, dirigió una revista quincenal gratuita que se llamaba Entretiempo. Luego, en 2006, llegó a diario Hoy como co-editor y, en enero de 2008, empecé como editor.

Los entrevistados coincidieron en decir que antes la incursión de la mujer en el periodismo deportivo era considerada un tabú. Las mujeres no hacían periodismo en este ámbito. No obstante, en los últimos años, han sobresalido de una masa que era mayormente conformada por el género masculino. Además, la mujer se ido ganando espacios dentro de esta rama profesional, pero le falta todavía mucho por recorrer al género femenino, pues la balanza aún no se equilibra, según estos periodistas deportivos.

Todos los entrevistados identificaron a Martha Córdoba como la pionera dentro del periodismo deportivo. Esta es una mujer que tiene gran trayectoria periodística. José Granizo fue quien se atrevió a dar oportunidad a la mujer dentro de este campo gobernado siempre por los hombres. Además, contó que vio en Córdoba mucho potencial y ganas de superación. No obstante, no vio en esta mujer la capacidad de ser relatora de partidos, porque el fútbol se caracteriza por ser fuerte y usar lenguaje bélico, como ya se lo vio anteriormente en los anteriores capítulos. Esta realidad demuestra que hay todavía limitantes para la mujer ecuatoriana para dejar de ser meramente reportera y dar mayores saltos dentro de esta profesión.

Ella vino a pedirme una oportunidad y, al ver su entusiasmo y empeño, le brindé mi apoyo. Después pasó a ser reportera, ella quiso ser relatora de partidos, pero yo le dije que no tenía esas condiciones, pero le molestó un poco mi opinión. Yo emití ese comentario porque el relato es una cosa muy diferente a lo que puede hacer un reportero, pero eso igual se lo he dicho a varios chicos que han pasado por acá. Ella aprovechó y tuvo mucho éxito haciendo periodismo escrito e igual como presidenta de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha. Ella fue una de las pioneras a nivel nacional.

Otros entrevistados aceptaron que Martha Córdoba les abrió las puertas a ellos y están muy agradecidos, pues aceptaron que es una mujer que sabe mucho y no ha sido egoísta en sus conocimientos, como lo dijo Raúl Chávez, quien destacó que es una gran profesional y le agradece porque, gracias a ella, ha llegado a ser editor de Deportes de diario Hoy. Las mujeres periodistas deportivas son reconocidas, pero no en su conjunto.



No hay una diferencia por dos razones: su trabajo se ve opacado por sus jefes o porque las mujeres reconocidas no han marcado una etapa de especialización que las haga mayormente visibles y tomadas en cuenta para opiniones fuera de la publicidad.

Según estos responsables del área comunicativa de diversos medios, las mujeres tienen que sacrificarse más que los hombres para ser reconocidas. Asimismo, revelaron que hay todavía hombres que no aceptan que las mujeres incursionen en esta área y estén en condiciones de desempeñarse de excelente manera. Es decir, aceptan que hay varias barreras para que las mujeres se puedan desarrollar de una manera y forma adecuada dentro de esta rama del periodismo.

Si bien la incursión es mayor, no dejan de ser pocas, en proporción, las mujeres que están en este medio deportivo. Además, se ve a pocas mujeres que en realidad les gusta como profesión y no para hacer relaciones públicas. Las mujeres atraviesan varias barreras, por ejemplo, aceptar el trabajo de todos los fines de semana, los feriados, muchas horas de trabajo porque se tiene un horario de entrada pero no de salida. Por ejemplo, hay mujeres que se convierten en madres y se salen de esta rama del periodismo. En este punto, sí hay quiebre cuando la mujer logra ser madre porque es una cuestión de responsabilidades. Además, tiene que ver con una cuestión cultural, porque el hombre siempre ha sido el que maneja el hogar y es más complicado para una madre dejar todos los fines de semana solos a sus hijos. Culturalmente, es más fácil que el hombre salga a trabajar que una mujer esté ausente del hogar. Además, la mujer tiene que lidiar con el poco nivel cultural que tiene el entorno, porque la mayoría de los deportistas y los colegas hombres son más patanes con ellas, tienen que enfrentarse a bromas groseras. Estos casos se dan más en el periodismo deportivo, porque la mayoría de jefes en otras secciones, al menos aquí en este medio, corresponde a mujeres. Entonces, no es problema del periodismo en general, sino del periodismo deportivo.<sup>97</sup>

Me parece que la incursión todavía es muy limitada. Obviamente, ha cambiado y ha crecido con relación a lo que era cuando yo empecé. A una mujer antes nunca se la relacionaba con los estadios ni con las canchas. Pero ahora el periodismo moderno ha permitido que ya no se entren a los camerinos de los jugadores, en donde antes ellos pasaban desnudos y ponía en una situación incómoda a la mujer. En el periodismo lo que se necesita es afición a los deportes y después afición al periodismo. Esto implica trabajar en horas poco comunes. Ha crecido la incursión pero hay una diferencia bastante notoria, pues tal vez las mujeres han crecido en número, pero no en proporción; es decir, si antes había una mujer, se presentaban 50 hombres, pero ahora hay 100 hombres y ocho mujeres.<sup>98</sup>

Alfonso Laso mencionó que otro problema es que las mujeres periodistas deportivas son pocas. Indicó que las mujeres que quieren entrar a este medio tienen que analizarse a sí mismas y ver qué desean proyectar; es decir, si se quieren especializar o mostrar solamente una imagen que venda. Las mujeres tienen que romper con la barrera de hace años atrás que estuvo marcada por los hombres y eso ha generado que algunos colegas, en especial los de la vieja guardia, no acepten que la mujer puede hacer un buen trabajo dentro del periodismo deportivo de forma profesional.

---

<sup>97</sup> Entrevista Raúl Chávez

<sup>98</sup> Entrevista Alfonso Laso

Cabe señalar que todos los entrevistados aceptaron que las mujeres, por su condición de género, sí consiguen entrevistas con deportistas y gente vinculada a los deportes, de manera más fácil y rápida que los hombres. Sin embargo, dijeron que ellas deberían especializarse para que su trabajo tenga mayor peso y sea más aceptado por el público que las lee, escucha o mira.

Muchas veces el entrevistado tiene ciertas preferencias sobre quién quiere que le entreviste (...). Si el entrevistado tiene preferencia hacia las mujeres, no hay ningún problema, pero los colegas ven a esto como poco democrático e injusto, pero buscar la noticia es parte del trabajo periodístico. Yo quisiera recalcar que si las pocas mujeres que están vinculadas a este medio tienen mayor acceso a entrevistas, tienen que realizar un cuestionamiento más especializado, más crítico, más profundo, que realmente impacte al público de los diferentes medios, y dejar el periodismo rutinario que ha seguido el género masculino.<sup>99</sup>

Creo que a la mujer se le hace más fácil que a un hombre conseguir entrevistas. Es más fácil decirle “no” a un hombre que decirle lo mismo a una mujer. Históricamente, las mujeres tienen otro tipo de carisma y de carácter. Si una mujer agradable, no necesariamente por su físico, le pide una entrevista a Jorge Guagua, de seguro se la da; pero si voy yo, tal vez o lo más seguro es que me diga que no.<sup>100</sup>

Algunos futbolistas tienen el ego demasiado grande. Entonces, si va una mujer, es más difícil que le digan que no, incluso porque algunos ya identifican que ya no les va a hacer las mismas preguntas, sino que se van a ir por temas diferentes, nuevos y humanos. En cambio, a un hombre le van a dar un no rotundo. Las mujeres son más suspicaces y preguntan cosas que los hombres omiten. No obstante, se ha visto a mujeres que se aprovechan de sus condiciones para lograr primicias o exclusivas. Por otro lado, hay mujeres que logran buenas notas por su capacidad, pero la envidia aparece y hace que la gente opine que obtuvieron su producto porque son guapas, porque tienen buen cuerpo. Sin embargo, creo que todo depende de la personalidad de la periodista deportiva, porque si ella se hace respetar, no se va a encontrar con este tipo de problemas.<sup>101</sup>

Esteban Ávila dijo que, lastimosamente, en este medio hay muchos “periodistas hombres envidiosos y torpes” que creen que una mujer consigue sus notas periodísticas por la belleza o por tener algún vínculo, más allá que el profesional, con su fuente. De esta manera, ellos tapan su ineptitud laboral:

La mujer debe estar consciente de que se va a encontrar con este tipo de comentarios; por eso, no hay que dar papaya. Esa es una regla de oro, puesto que uno debe manejarse con cuidado haga lo que se haga. Perdón por las expresiones, pero hay hombres idiotas que se escudan en este tipo de afirmaciones. Yo trabajo con gente que confío, sino no estuviese trabajando con ellos. Yo siempre he sido de la idea que la confianza se pierde una sola vez y yo no he perdido la confianza en mi equipo, en especial en mi reportera, de quien se ha hablado mucho pero yo sé cómo ella elabora y es en su trabajo.

---

<sup>99</sup> Entrevista Robertson Vinuesa

<sup>100</sup> Entrevista Raúl Chávez

<sup>101</sup> Entrevista José Granizo

Obviamente, se evidencia que en el periodismo deportivo, hace falta especialización, pero esto no es una cuestión de género, sino que todos los periodistas de esta rama están acostumbrados a preguntar lo mismo y a tener los mismos enfoques, pero lo único que cambia son los equipos que juegan. Hay buenos y buenas periodistas, eso sin duda, pero el género no influye en la calidad del trabajo o resultado final. Los entrevistados señalan también las diferencias de las diferentes periodistas deportivas:

La prensa gráfica te ayuda a pensar más. Es una escuela profesional y de vida, te exige desarrollar otras habilidades. En cambio, como la televisión maneja imagen, alguien con escasos conocimientos, pero con una buena presencia e impecable, se sienta y te lee un telepronter. En el caso de la radio, alguien con una voz medianamente aceptable empieza a locutar y a leer algo que alguien más escribió. La prensa escrita no es así, pues se pone en juego otras capacidades y otros tiempos; se pone en juego otros códigos. Por ejemplo, si en una edición mi equipo se equivoca en algo, no tengo la oportunidad de sacar cien mil ejemplares inmediatamente diciendo que me equivoqué. En cambio, en la radio y televisión me puedo retractar en segundos. Este trabajo dentro de este medio exige una formación propia e intelectual superior, cosa que no se aprende en las universidades, sino en el campo de juego.<sup>102</sup>

Ahora hay más chicas vinculadas con esta rama, entre radiales y escritas, pues las de televisión solo están como presentadoras y si elaboran alguna nota, lo hacen desde lo que grabó el camarógrafo y locutan con cierta información que se logró obtener dentro de los entrenamientos de los diferentes equipos.<sup>103</sup>

Esto demuestra que hay rechazo entre colegas de radio, prensa y televisión. Obviamente, la exponente de cada medio defiende su posición y función dentro de este. Esto demuestra que hay cierto rechazo de las mujeres entre sí. No existe un apoyo o compañerismo que permita resaltar su trabajo e identificarse como un grupo unido. Por esa razón, también se cree que existen críticas y hasta chismes que llevan a perder la credibilidad entre las mujeres periodistas deportivas.

En este punto, Alfonso Laso aceptó que la televisión se maneja más por la imagen que transmiten las conductoras o reporteras (que son pocas) en los espacios deportivos. Por ejemplo, Gabriela Pazmiño trabaja como presentadora de deportes de Teleamazonas en Guayaquil. “Ella no empezó como periodista pero se ha ido formando como tal. Ella se ha encargado de diversos reportajes. Obviamente, a ella se la escogió en primera estancia por su imagen atlética y por su relación en competencias de atletismo, pero se ha propuesto estudiar esta rama del periodismo y creo que Gabriela funciona de buena manera dentro de este equipo de trabajo”.

Sobre las habilidades profesionales y periodísticas que tienen algunas mujeres periodistas deportivas, algunos de los entrevistados alaban y aplauden el trabajo final de

---

<sup>102</sup> Entrevista Esteban Ávila

<sup>103</sup> Entrevista Raúl Chávez

las reporteras con quienes trabajan. Resaltaron la capacidad de recepción, responsabilidad y temas nuevos e innovadores; es decir, el trabajo de la mujer empieza a ser tomado en cuenta actualmente. Por ejemplo, José Granizo dijo que prefiere contratar a mujeres porque son puntuales, responsables, saben aceptar consejos; en cambio, los hombres son más reacios a las diferentes opiniones, más vanidosos, piensan que ya saben.

En tanto, Esteban Ávila contó que siempre, desde que inició en esta profesión, ha trabajado con mujeres, y ha tenido buenas experiencias. Sin embargo, sus compañeros de entonces, sus jefes de entonces, tenían cierto recelo de compartir el campo laboral con periodistas deportivas. Él, siempre que sea posible, quiere que dentro de su equipo de trabajo exista una mujer.

Las mujeres ofrecen algo que para mí es el valor agregado que busco, pues ellas muestran una cierta sensibilidad para tratar diversos temas en el campo del deporte, y creo que en general. Tienen otra visión producto de su ser mujer que ayuda bastante a diversificar el enfoque que se puede dar al trabajo. El tema de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo tiene que ver también con la accesibilidad, es decir, para una mujer es mucho más fácil tener acceso a las fuentes que un hombre no tiene. Por ejemplo, creo que las fuentes pueden hablar de otros temas con mayor confianza que con un hombre. Las mujeres ofrecen una simpatía que las hace agradable y les abre las puertas.<sup>104</sup>

Las mujeres son más receptivas y entienden más lo que uno les pide, son más meticulosas; o sea, tratan de que su producto final sea más pulcro, más limpio, más nítido. Si pongo en una balanza el trabajo de las mujeres con los hombres, puedo decir que con trabajar con ellos es mucho más complicado porque no aceptan críticas, creen que porque han escuchado de fútbol, saben demasiado y las cosas no son así. Los hombres somos más despistados.<sup>105</sup>

Además, se les consultó si existe actualmente equilibrio entre hombres y mujeres dentro del periodismo deportivo, las respuestas concordaron en que todavía no hay igualdad de género. Obviamente, hay más mujeres que antes y están ocupando un espacio importante, pero acotaron que tiene que tratar de sobresalir más de forma más especializada, porque usualmente quienes están en la televisión son más imagen y no se ve un buen nivel profesional. La incursión de la mujer es y seguirá siendo un proceso.

Según Robertson Vinueza, en el Mundial Sudáfrica 2010, el programa *Los Mundialistas* estaba compuesto por una serie de relatores y comentaristas deportivos, dentro de este grupo estaba María Soledad Reyes. Los comentarios de Reyes eran mucho más acertados que los demás, pero, lastimosamente, no eran secundados ni seguidos por sus colegas; entonces, se quedaban como en el aire. En cambio, los comentarios de ellos, que no eran muy certeros, eran apoyados por los demás.

---

<sup>104</sup> Entrevista Esteban Ávila

<sup>105</sup> Entrevista Raúl Chávez

Ella estaba haciendo un periodismo individual dentro del programa; en tanto, los otros sí se seguían la corriente. No sé si sería un hecho premeditado, ellos se pusieron de acuerdo, celo profesional, que sé yo; pero, ellos eran periodistas de la vieja guardia, que lastimosamente tienen un pensamiento machista. Yo sentí que Reyes estaba abandonada en el campo de camaradería y compañerismo que debe existir en un programa de ese estilo.<sup>106</sup>

José Granizo también está de acuerdo en que la balanza no se ha equilibrado: “El periodismo deportivo siempre se inclina más a favor del hombre no solo en el Ecuador, sino en el mundo entero. En el periodismo deportivo todavía se ve un machismo marcado. Yo conozco que hay medios que no aceptan chicas para esta rama”.

Las mujeres dentro del periodismo deportivo están en un medio adverso. Están luchando en un ambiente en donde hay 97 hombres y tres mujeres. Es un medio excluyente por su propia tradición y estructura, no es que es imposible hacerlo, pues pruebas hay. Se está en un proceso de aceptación de la mujer.

No hay equilibrio, porque todavía no se rompen ciertos recelos. Si a mi me preguntas si tendría a otra mujer trabajando conmigo, te diría que no, porque aquí entra el manejo que tienen las mujeres como grupo. Solo quiero a una mujer dentro de mi equipo, porque a mi no se me hace igual manejar un grupo de mujeres que un grupo de hombres, por las características propias e inherentes de ser mujer. Una mujer que está en este medio debe saber que será tratada con poca amabilidad, en algunos casos, como los empujones cuando hay un tumulto de periodistas siguiendo a un jugador. A las mujeres les gusta un trato más diferencial y eso no siempre puede ser así.<sup>107</sup>

En conclusión, si las mujeres demuestran gusto, actitud y capacidad están en la misma posición de los hombres. La incursión de la mujer en el periodismo deportivo es la posibilidad de encontrarse con conflictos de intereses, pero esto es responsabilidad de la mujer que está metida en el medio de saberse manejar correctamente. Además, existen hombres que luchan por posicionar a la mujer en puestos importantes en el área de deportes, y tienen que enfrentarse con otros que se siguen oponiendo a esto, y no aceptan ver a la mujer al igual que ellos, por lo que ponen barreras al ejercicio profesional de la mujer en esta área, esto se afirma en base a los comentarios recibidos por los mismos periodistas y comentaristas del área.

---

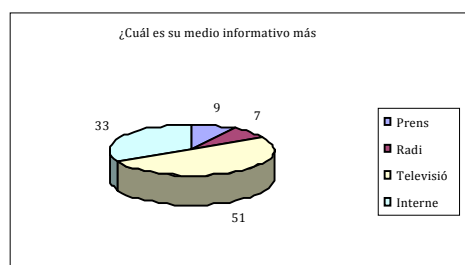
<sup>106</sup> Entrevista Robertson Vinuesa

<sup>107</sup> Entrevista Esteban Ávila

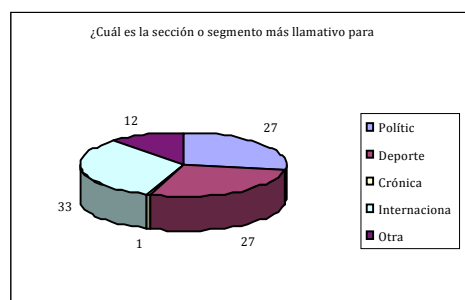
### 5.3. Percepción del público sobre las periodistas deportivas

Para desarrollar esta parte del capítulo, se realizaron 100 encuestas a jóvenes y adultos desde los 15 años en adelante. Dentro de los jóvenes se encuestó en las universidades Católica y Politécnica. También se acudió al Ministerio de Relaciones Laborales y Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda. Además, se dividió a las personas en tres grupos (15 años-30 años) (31 años-50 años) (51 años en adelante) para analizar las respuestas con un enfoque de perspectiva generacional.

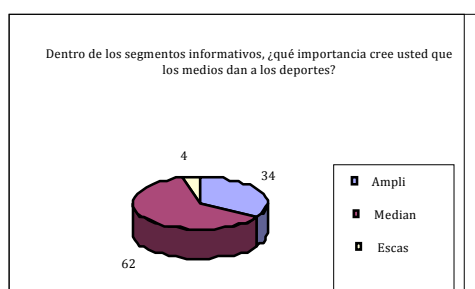
#### - Rango de 15 años a 30 años:



Dentro del grupo de 15 años-30 años se encuestaron a 71 personas. Dentro de la primera pregunta sobre cuál es su medio informativo más frecuente, al ser una respuesta de opción múltiple, se obtuvieron 86 respuestas. La televisión demostró ser el medio mayormente aceptado con un 51%. El Internet sigue con un 33%, pues los jóvenes están siempre conectados con la tecnología. El 9% corresponde a la prensa. Finalmente, la radio obtuvo un 7%.

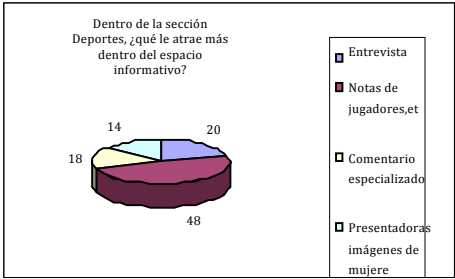


La segunda pregunta tiene que ver con los segmentos o secciones más llamativos para este segmento de edad. Se obtuvieron 102 respuestas. En esta tabulación, Internacional obtuvo un 33%. Política y Deportes tuvieron un mismo porcentaje, de 27% cada uno. Crónica Roja sacó un resultado del 1%. Respecto a la opción Otras, hubo un 12%, que prefería Tecnología y Salud.

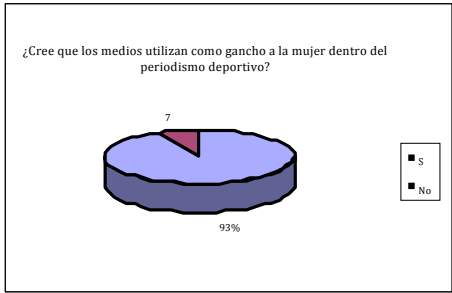


Dentro de la importancia que los encuestados creen que los medios dan a los deportes, el 62% dijo que mediana; el 34% indicó que amplia. En

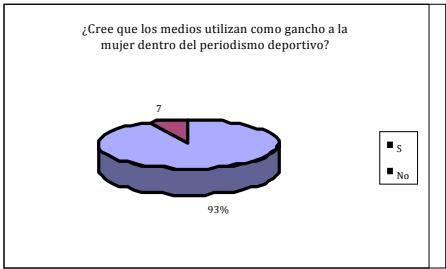
tanto, el 4% señaló que escasa. Es decir, la gente percibe que los deportes tienen cabida dentro de los espacios de información.



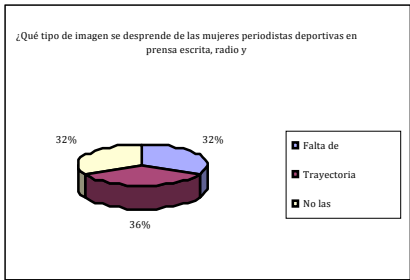
Por otro lado, cuando se cuestionó sobre lo que más le atrae al público dentro de este segmento dentro de la sección Deportes, el 48% dijo que las notas de los equipos; el 20% corresponde a entrevistas; el 18% contestó que le atrae los comentarios especializados. Finalmente, el 14% se fija en las presentadoras o imágenes de las mujeres de los medios de comunicación. Lo cual evidencia que las mujeres no son tomadas en cuenta como un referente periodístico, sino solo de imagen.



Cuando se preguntó si cree que las mujeres han incursionado dentro del periodismo deportivo, el 77% manifestó que sí; mientras que el 23% indicó que no. Esta respuesta demuestra que, dentro de este grupo, la presencia de la mujer es notoria.



Cuando se cuestionó si la mujer es utilizada como gancho dentro del periodismo deportivo, el sí obtuvo un 93%; y el no correspondió al 7%. O sea, la gente percibe que la mujer es un atractivo para llamar la atención del público y, en la realidad, funciona, puesto que la mujer vende una imagen y llega a captar la atención de los espectadores.



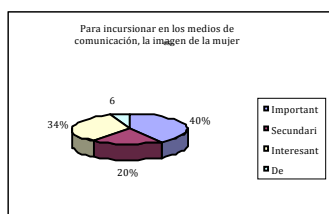
Sobre qué tipo de imagen se desprende de las mujeres periodistas deportivas en la prensa escrita, radio y televisión, un 36% respondió que las mujeres que incursionan en el periodismo deportivo poseen

trayectoria; en tanto, la falta de conocimiento y el desconocimiento de la gente se ubicaron de manera igualitaria con un 32%. La diferencia es de cuatro puntos porcentuales que evidencian que la gente reconoce las carencias de las mujeres, en especial de las de televisión, que son las más conocidas por el público.



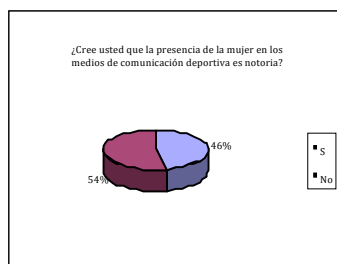
En la pregunta, ¿piensa que el aspecto físico es importante en las mujeres periodistas deportivas? Un 61% manifestó que sí; en tanto, un 39% dijo que no. Esto quiere decir que la mujer vende. Al ver una mujer atractiva en la televisión, es garantía en

muchas ocasiones, no siempre, de mejorar los niveles de audiencia. Y si se la integra a un programa deportivo, siempre es una fórmula que funciona.

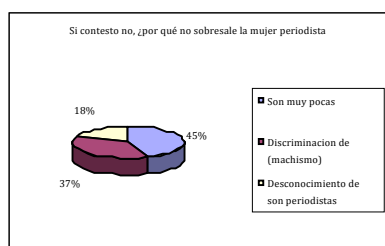


Para incursionar en los medios de comunicación, la imagen de la mujer para un 40% es importante; para un 34% es interesante; por otro lado, para un 20% es secundaria y, finalmente, para un 6% es de relleno, es decir, un elemento para cambiar la dinámica de un set o de un programa. La

mujer es parte como del “lado bonito” de los diferentes programas deportivos.



Sobre si creen que la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportiva es notoria, los encuestados contestaron en un 54% que no; en cambio, un 46% indicó que sí.

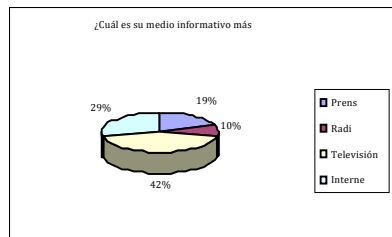


Como una subpregunta para quienes contestaron que no, un 45% manifestó que es porque son muy pocas y no logran ser identificadas; el 37% señaló al machismo como una razón para que la mujer no se desarrolle dentro de esta rama del periodismo. Finalmente, un 18% indicó que tiene

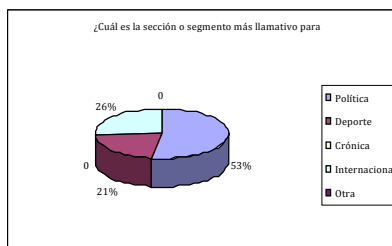
desconocimiento sobre quiénes son periodistas deportivas.



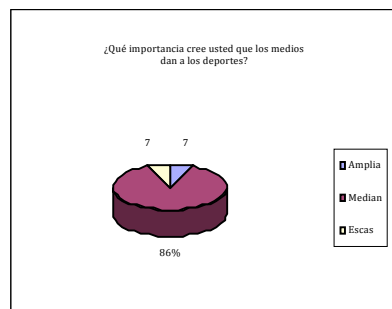
## - Rango de 31 años a 50 años:



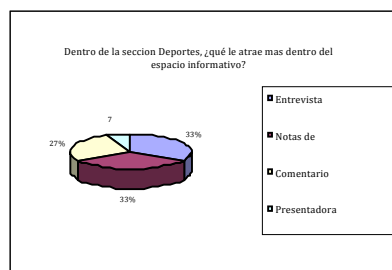
Dentro del rango de edad de 31 años a 50 años se encuentran 15 personas. Se obtuvieron 17 respuestas. Un 42% mira televisión, un 29% revisa noticias en Internet, un 19% se enfoca en la prensa, y un 10% sigue la radio.



En cuanto a la sección o segmento más llamativo para el público, un 53% tiene mayor interés por la política; en tanto, a un 21% le interesa conocer sobre los deportes. Internacional se lleva un 26%. En tanto, crónica roja y otras obtuvieron un 0%.

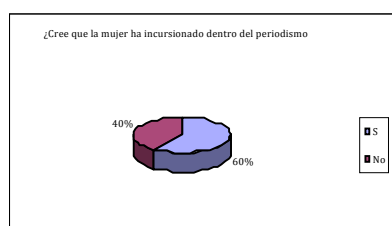


En cuanto a la importancia que los medios dan a los deportes, un 86% indicó que es mediana; en tanto, 7% cree que es amplia y el 7% restante consideró que es escasa. La gente busca mayor variedad en los deportes y no solo enfocarse al fútbol, según varios comentarios emitidos por gente de este rango.

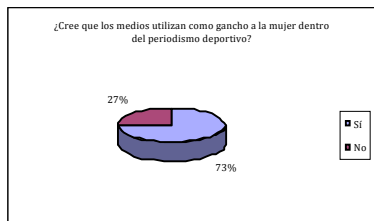


En cuanto a lo que más le atrae a la gente dentro del espacio informativo, un 33% contestó que las entrevistas y otro 33% indicó que le interesa notas deportivas de los diferentes actores. Por otro lado, al 27% le interesa los comentarios especializados. A un 7% le interesa la imagen de las mujeres o

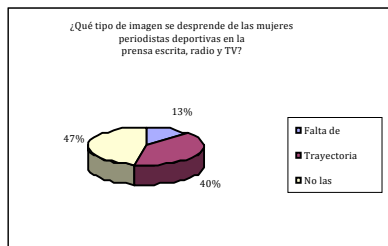
presentadoras deportivas.



Por otro lado, un 60% de los encuestados apuntó que la mujer ha incursionado dentro del periodismo deportivo. En tanto, el 40% no siente a las mujeres dentro de esta rama del periodismo.



En la pregunta sobre si la mujer es utilizada como gancho dentro del periodismo deportivo, un 73% contestó que sí; en tanto, un 27% dijo que no. La mujer es percibida por este grupo también como un elemento de marketing.

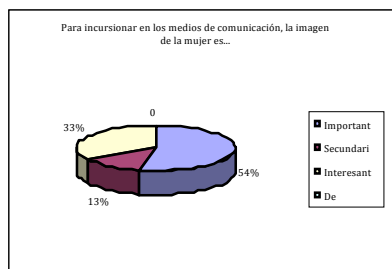


En cuanto a qué tipo de imagen se desprende de las mujeres periodistas deportivas en la prensa escrita, radio y TV, un 47% indicó que no las conoce, no sabe quiénes se desempeñan como periodistas deportivas; en cambio, un 40% reconoció que tienen trayectoria, experiencia; por

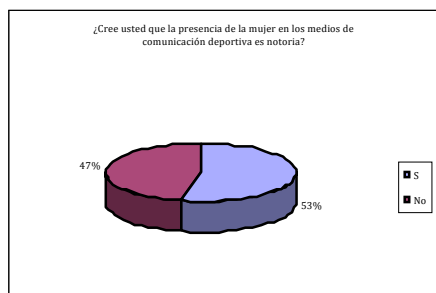
último, un 13% cree que no tienen conocimiento, es decir, les falta especialización para hablar sobre el tema.



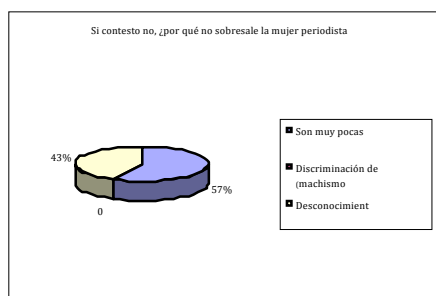
De otro lado, sobre la importancia del aspecto físico en la mujer periodista deportiva, un 53% señaló que sí es primordial; y un 47% manifestó que no es importante, pues la mujer debe sobresalir por su conocimiento y no por cómo se vea.



La imagen de la mujer para incursionar en el periodismo deportivo es, según un 54%, importante. Un 33% expresó que es interesante; en cambio, un 13% admitió que es secundaria. En cuanto a la opción “de relleno”, se registró un 0%.

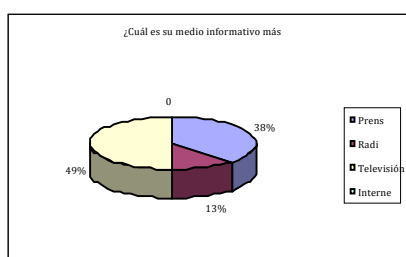


En cuanto a la pregunta de si la presencia de la mujer es notoria, un 53% piensa que sí lo es; en tanto, un 47% dijo que no. A diferencia del segmento anterior, este grupo siente que la mujer gana terreno.

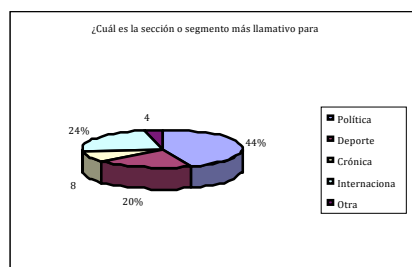


Dentro de esta subpregunta, la gente cree que la presencia de la mujer no es notoria porque son muy pocas (57%); en tanto, un 43% no sabe quiénes son periodistas deportivas. La opción de desigualdad de género (machismo) obtuvo 0%.

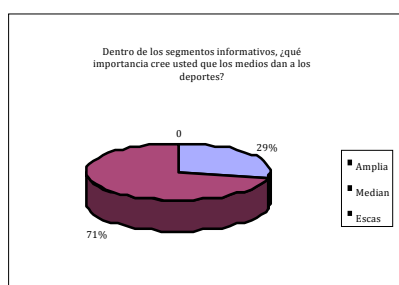
### - Rango de 51 años en adelante:



Dentro de este rango constan 14 personas. De estas, hubo 16 respuestas. Un 49% se informa a través de la televisión, un 38% prefiere la prensa escrita, un 13% prefiere la radio. A diferencia de los anteriores segmentos, Internet no tuvo ningún adepto.



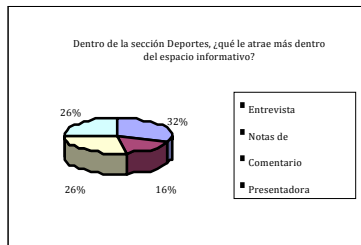
Dentro de los segmentos o secciones más llamativas para este segmento, un 44% prefiere Política, un 24% seleccionó Internacional, un 20% se inclinó por Deportes, un 8% seleccionó Crónica Roja y un 4% marcó la opción Otras, indicando que siguen la Tecnología y Cultura.



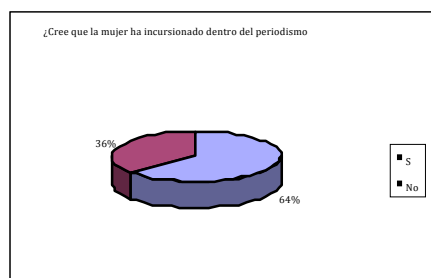
En cuanto a la opinión de los encuestados sobre la importancia que los medios dan a los deportes, el 71% indicó que mediana y el 29% manifestó que amplia. La gente de este grupo percibe que el deporte tiene su espacio amplio dentro de los medios de comunicación actuales. Este resultado en esta

categoría y en las anteriores no evidencia la realidad, pues los programas y secciones deportivas de los diversos medios de comunicación venden, casi igual que la sección Política, pues el fútbol, que es lo más cotizado por la audiencia y se ha convertido en “el opio de los pueblos”, copa todos los espacios. La importancia que los medios dan al

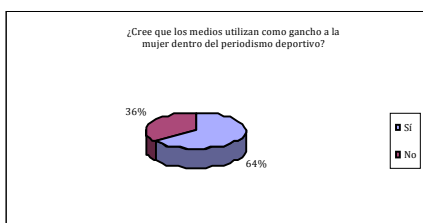
periodismo deportivo es amplia, por eso se ve que hay programas de este tipo hasta altas horas de la noche. Si el medio determinará que esto no vende, simplemente no habrían tantos programas deportivos.



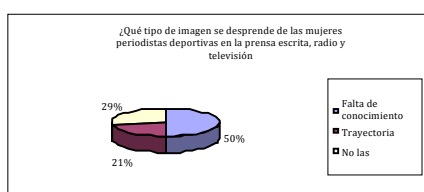
En cuanto a lo que más le atrae a la gente dentro del espacio informativo, un 32% contestó que las entrevistas, un 26% indicó que le interesa la imagen de las mujeres o presentadoras deportivas, otro 26% se dirige a los comentarios especializados. A un 16% le interesa la información y notas sobre la gente vinculada al deporte en general.



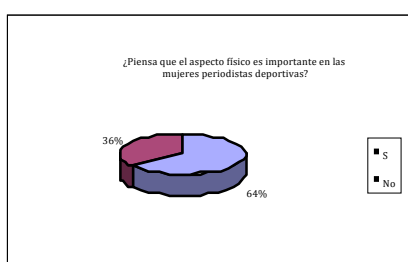
Sobre la pregunta si la mujer ha incursionado dentro del periodismo deportivo, un 64% dijo que sí, mientras que un 36% respondió que no.



En cuanto a la pregunta si la mujer es utilizada como gancho, un 64% respondió que sí; en tanto, un 36% indicó que no.

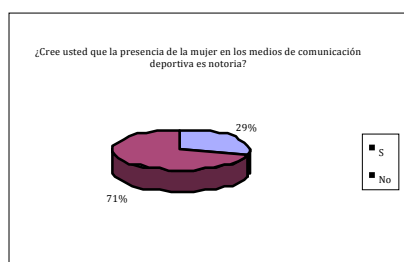
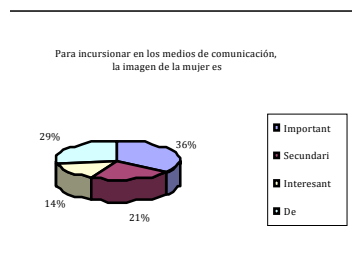


En cuanto a qué tipo de imagen se desprende de las mujeres periodistas deportivas en la prensa escrita, radio y TV, un 50% indicó que estas tienen falta de conocimiento sobre periodismo deportivo; en cambio, un 29% reconoció que no las conoce; por último, un 21% cree que tienen trayectoria.

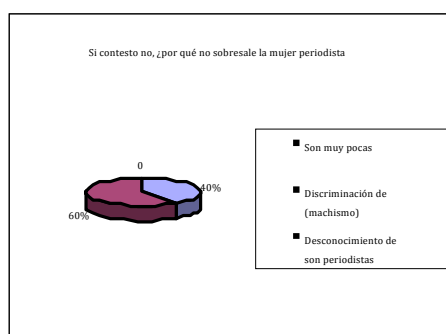


En cuanto a si el aspecto físico es importante dentro las mujeres periodistas deportivas, un 64% dijo que sí; en cambio, el 36% manifestó que no.

Sobre la imagen de la mujer para incursionar en los medios de comunicación, el 36% indicó que es importante, 29% de relleno, 21% dijo que era secundaria, y el 14 manifestó que es interesante.



Sobre si cree que la imagen de la mujer es notoria dentro del periodismo deportivo, el 71% señaló que no; en tanto, un 29% agregó que sí. Para este grupo, la mujer no es protagonista dentro de los espacios informativos.



Dentro de la subpregunta, el 60% admitió que es por la discriminación de género (machismo); en tanto, el 40% dijo que son muy pocas, lo que dificulta que sean identificadas y que sobresalgan dentro del medio del periodismo deportivo.

## **Capítulo VI**

### **6. Conclusiones y recomendaciones**

#### **6.1. Conclusiones**

- Se ha considerado a lo largo del tiempo que el espacio natural de las mujeres es el privado, teniendo como única posibilidad de realización personal el ser madre, discurso sostenido por dispositivos utilizados para afirmar la inferioridad de las mujeres. Aún hoy, el discurso predominante es el patriarcal, en el cual el único referente es el hombre, y, por lo tanto, aparece una jerarquización de los sexos, lo cual ubica a las mujeres en un plano secundario, siendo consideradas inferiores. Esta lógica opera en las relaciones sociales y, por consiguiente, en la forma en que cada individuo construye su subjetividad.

- En el deporte, mujeres que conocen gran diversidad de contextos piden continuamente que se lleven a cabo más investigaciones centradas en la mujer, como respuesta al problema histórico de que los hombres sean considerados el patrón de medida de la sociedad entera. Hoy en día siguen rigiendo ciertos valores arcaicos basados en fundamentaciones superficiales contra los cuales la mujer lucha constantemente, aquellos que marcaba a la mujer como un ser falto de voluntad, dependiente, inseguro, con falta de perseverancia para el trabajo y con cierta ineptitud para la actividad y rendimiento físico.

- En sus orígenes, el deporte moderno no era un mundo de mujeres y, además, los hombres no toleraban la presencia de las mismas. Así, a diferencia de la masculina, la historia del deporte femenino comienza con las reivindicaciones de las mujeres por acceder al mismo. Y aún hoy, cuando la presencia numérica de las mujeres en el periodismo deportivo va en aumento, estas siguen siendo objeto de trato desigual, de acciones discriminatorias.

- Antiguamente, la actividad profesional de la mujer se vio reducida al papel de ama de casa. Actualmente, este papel se ha quedado en cierto punto pequeño. La mujer consigue día a día, no sin esfuerzo, integrarse por ejemplo en el mercado laboral,

ocupando un lugar en cualquier sector, como así también lo estaría haciendo en el ámbito deportivo.

- La inclusión de la mujer, lejos de afectar a los equipos de trabajo que ya están constituidos, podría traerles varios beneficios, teniendo en cuenta que el respeto debe regir sus relaciones. Solamente falta que sea ella quien se decida a luchar por posicionarse en el área y dejar sus intereses personales y sentimentales de lado para triunfar en los deportes.

- La mujer ha logrado en algunos aspectos modificar su condición de ser meramente dependiente del mundo masculino e intenta emprender el desafío que significa el hecho de convertirse en personas con identidades, caminos y decisiones propias. Bien se han mencionado dentro de los cambios más considerables la generalización del acceso de la mujer a la educación y con ello su pertenencia a los dominios de saber formal e informal, su incorporación masiva al trabajo y también se podría nombrar entre ellos la participación de la mujer en el deporte. Su presencia dentro de este ámbito que se ha asociado y creído desde siempre como específicamente masculino, no se habría dado fácilmente, aquí también esta ha necesitado esforzarse, una vez más, por obtener un lugar.

- Actualmente, hay mujeres que se desempeñan como reporteras en los grandes diarios deportivos, pero siempre buscando “el otro lado” de la noticia deportiva, o una visión femenina en un terreno gobernado por el género masculino. Es decir, se encargan de notas menos técnicas y más humanas, resaltando el lado sensible de la mujer. Además, excepto algunos casos aislados en la televisión, resulta extraño un rostro femenino presentando la información deportiva general con conocimiento y especialización.

- En el mundo del deporte queda mucho camino por recorrer respecto a las mujeres y su papel en los medios de comunicación. La inclusión de mujeres periodistas en las plantillas de los grandes diarios deportivos es una asignatura pendiente, y reclaman un espacio propio en este mundo todavía “de hombres”.

- A través de esta investigación, se ha demostrado que el periodismo deportivo no es un género exclusivo de hombres, pues algunas mujeres se han encargado de demostrar que

cualquier persona puede realizar este trabajo. Sin embargo, también se pudo encontrar que las mujeres periodistas deportivas todavía tienen problemas y desventajas dentro de su profesión. Las diferencias entre hombres y mujeres experimentadas en la actividad deportiva persisten en forma de oportunidades, orientaciones psicosociales y reacciones ante la participación. La mujer tiene que esforzarse, pues es complicado para una mujer desarrollar la actividad periodística en torno al deporte por la postura machista de algunos colegas y deportistas que no ven bien que la mujer se desarrolle profesionalmente dentro del periodismo deportivo.

- Además, los intereses de la mujer distan mucho de los del hombre, la cuestión familia siempre va a ser primordial para la mayoría de las mujeres, mientras que para el hombre su trabajo es lo principal. La mujer antepone a su familia ante todo sin importarle si su trabajo se ve afectado por esto; en cambio, el hombre primero cumplirá con sus labores y luego se preocupará por la familia, pues piensa que cumpliendo en su trabajo podrá cumplir con las necesidades monetarias de su familia.

- La trayectoria y experiencia de los hombres en periodismo deportivo siempre superarán a las de la mujer debido a que ellos no tienen nada que trunque su carrera, nunca tendrán un embarazo que les impida seguir laborando o hijos que cuidar que les impidan ir a cubrir un mundial.

- Por otro lado, dentro de las encuestas realizadas, la gente se cuestiona si han logrado ocupar su lugar. Es decir, si ese espacio fue ganado a partir de su propia capacidad o por su propia condición de mujer que incorpora el tan mentado “toque femenino” a las transmisiones y programas deportivos.

- Los encuestados consideran que una mujer periodista deportiva atractiva puede lograr sus objetivos mucho más rápido; en cambio, una chica talentosa, pero no tan físicamente atrayente, puede conseguir lo mismo pero con mayor esfuerzo. Son cosas muy diferentes. En el primero de los casos se logra fama, y en el segundo se forma trayectoria. Además, cabe señalar que ahora se puede ver que hay más presencia femenina en los programas pero no todas son iguales, ni cumplen el mismo rol: las presentadoras logran mayores réditos, en cuanto a publicidad o eventos; en cambio, las



reporteras, ya sea de radio, prensa o televisión, no son conocidas para el público en general.

- Otra desventaja es que para las mujeres periodistas debe existir una triple exigencia en los tiempos actuales: belleza, juventud y conocimiento. Al completar estas tres características resalta en el medio de comunicación y gana prestigio dentro de la audiencia.

- Dentro de esta investigación, se evidenció diferentes apreciaciones sobre si la mujer consigue sus notas con mayor facilidad por su condición de género. Por un lado, los conocedores de esta rama dijeron que una de las ventajas de las mujeres es que consiguen con mayor facilidad fuentes directas, ya que su imagen o atractivo, en ciertos casos, tiene un valor agregado para sus contactos, que en este caso se compondrían de deportistas en general. No obstante, las mujeres entrevistadas consideraron a esta apreciación como algo negativo, pues indicaron que gracias a su trabajo son reconocidas dentro del medio y les dan entrevistas o consiguen notas curiosas.

- Por otro lado, en cuanto a la obtención de información para elaborar una nota con ayuda de varias tácticas o estrategias, por ejemplo citas personales con las fuentes a cambio de la entrega de información que beneficie ya sea a la periodista o a los integrantes o directivos del equipo o institución deportiva, las entrevistadas negaron este tipo de situaciones. Sin embargo, ellas aceptaron que conocen a muchas mujeres del medio que sí lo hacen. Indicaron que varias de sus colegas han llegado a sumirse como objeto sexual, utilizando su imagen o figura para lograr notas exclusivas.

- La aportación de la mujer en sus notas periodísticas ha sido más en el aspecto humano, debido a que las mujeres tienen un enfoque diferente de todas las cosas. Se ha abierto un espacio para las mujeres en el mundo del fútbol, pero de esa apertura han surgido interrogantes. La mayoría de los entrevistados, por ejemplo, piensa que no se visibiliza el papel de la mujer periodista deportiva porque son pocas.

- Si bien la inserción femenina en el periodismo deportivo se ha visto incrementada, esta participación no se ha visto reflejada en una mayor representación en puestos de decisión y dirección de esta área en los medios de comunicación. Pocas son las mujeres

que dirigen, deciden y sirven de modelo dentro de este ámbito. Un ejemplo encontrado dentro de la investigación realizada es la figura de Martha Córdoba.

- Además, en el Ecuador existen varios programas televisivos, en donde la mujer no solo es el objeto sexual del programa, sino que también es discriminada pues le otorgan temas intrascendentes que solamente la muestran inferior al resto de los conductores, por no participar en los temas de interés, o llega a convertirse en el objeto de burla del programa. Un ejemplo de esto es el programa *Ego, solo deportes*, en donde la única presentadora, Cristina Chávez, se dedica exclusivamente a publicitar a los auspiciantes de este y repite lo que sus compañeros ya habían comentado anteriormente.

- El fenómeno anterior se produce porque la mujer, en especial la atractiva, vende. Al ver una mujer guapa en la televisión es en muchas ocasiones garantía, pero no siempre, de mejorar los niveles de audiencia. Y si se las integra a un programa deportivo, siempre es una fórmula que funciona.

- Hay ocasiones en que la mujer tiene ventaja sobre el hombre para conseguir una entrevista o conseguir respuestas que a ellos nunca les darían, pues los deportistas se relajan y las mujeres son capaces de hacerlos sentir más en confianza para obtener mejores resultados. Esto se puede observar en la práctica diaria de la profesión, al ir a entrevistar a los entrenamientos de las diferentes disciplinas deportivas.

- Este proceso de incursión de la mujer comunicadora en el periodismo deportivo, que todavía continúa, involucra a varios aspectos que incluyen el reconocerse como personas, aprender a desenvolverse en espacios tradicionalmente masculinos, con sus lógicas y sus códigos radicalmente distintos de los que caracterizan el ámbito de la vida privada. Además, a este proceso se incluiría la capacidad para hacerse reconocer y hacer oír opiniones propias, es decir, que inserción, en este caso específico en el ámbito deportivo, trae aparejadas no solo dificultades en relación a comenzar a hacerse un lugar en un espacio que por tiempo era creído exclusivo para los hombres, sino también que la mujer se enfrenta con profundas modificaciones en sus subjetividades, ya que deben confrontar el modelo socialmente impuesto con sus propios deseos e intereses, y enfrentarse con lo que ellas verdaderamente son.

- De esta manera , mas allá de las dificultades planteadas, la mujer se enfrenta con una más que parte de sí misma, y es que para ella la forma en que construyen su subjetividad, el ser pasivas, dedicarse a la familia, es pensado como algo natural, inherente a su condición de mujer. Por tal motivo, muchas veces son ellas las que se ubican como inferiores, lo que no les permite interactuar con los varones de igual a igual, reproduciendo así el modelo aprendido.

- Expertos en el periodismo deportivo y encuestados concuerdan en que la mujer periodista deportiva tranquilamente puede hacer una carrera muy grande, muy amplia, con una trayectoria inmensa y lograr un prestigio importante, siempre y cuando se capacite de manera permanente y tenga una actitud competitiva ante el medio o para el medio, no es una cuestión de sexos, es una cuestión de capacidad.

- Un largo camino quedaría aún por recorrer para que el periodismo deportivo hecho por hombres y mujeres sea equiparable, tanto a nivel humano como económico, sino también para que se lleven a cabo modificaciones en las subjetividades de las mujeres, dado que continúan aun vigentes concepciones tradicionales, que no solamente encuentran límite en lo social sino también en ellas mismas. Esta transformación en las subjetividades femeninas podría pensarse entonces como un proceso de evolución de patrones y estereotipos con los cuales han convivido por largo tiempo y a su vez aprendizajes de formas para desenvolverse en un nuevo mundo antes prohibido para ellas: el mundo del deporte.

## **6.2. Recomendaciones:**

- Dentro del machismo, se conoce que este comienza y se fomenta en el hogar. Por esto, es importante que los padres promuevan el desarrollo de destrezas físicas, mentales y emocionales en sus hijos e hijas sin distinción. De esta manera, se superarán los estereotipos que afirman que los hombres son más racionales y hábiles para algunas cosas y las mujeres más sensibles y hábiles para otras, que de paso obstaculizan el desarrollo integral y pleno del ser humano.
- No es bueno plantear el tema del machismo como lucha. Más bien se trata de conseguir entendimiento y colaboración entre los diferentes géneros. Se pretende que ambos mejoren, que se alegren con la dignidad del otro. El feminismo o el machismo no es el valor absoluto y principal. Debe tener en cuenta otros aspectos, como la justicia, la caridad, la libertad de asociación, entre otros. El ideal no es la igualdad absoluta: no se trata de que las mujeres sean hombres, sino de que hombre y mujer gocen de la misma dignidad como personas. El hombre y la mujer son distintos, y esas diferencias se deben respetar.
- El Estado y los dueños de los medios de comunicación deben promover un sistema objetivo de ascenso que garantice el equilibrio en las oportunidades laborales para las mujeres, tanto en el ámbito de las categorías tradicionalmente desempeñadas por hombres como en los niveles jerárquicos de las mismas.
- La sociedad debe garantizar la formación humana e intelectual como herramienta para la consecución de la plena y efectiva igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y como una de las fórmulas para la superación de la segregación vertical y horizontal. En este punto, se considera que este desarrollo debe ser mayormente enfocado a las mujeres que ocupen puestos con menor tasa de presencia femenina o que precisen de formación específica para reanudar su actividad después de períodos de baja maternal.
- La mujer afronta varias cargas familiares sumadas a las profesionales; por esta razón, se tendrá en consideración la situación de aquellas mujeres periodistas deportivas con

cargas familiares, adoptando las medidas oportunas a través de la negociación colectiva y teniendo en cuenta los mecanismos que puedan preverse en las disposiciones vigentes.

- La maternidad será la causa fundamental que impele a muchas mujeres a abandonar el empleo a tiempo completo, por horarios laborales más flexibles o jornadas parciales de tiempo. En casos extremos, las responsabilidades maternas provocan el abandono del puesto de trabajo. A través de muchos discursos observamos que se asume, implícitamente, que la mujer es la principal responsable de atender a las necesidades de niños y niñas, por lo que la imposibilidad de conciliar provoca la renuncia al empleo.

- En suma, el aspecto prioritario vinculado al mundo privado es el cuidado de niñas y niños, y a este cuidado es al que se dedican, con especial ahínco, las mujeres que optan por dejar de trabajar o hacerlo a tiempo parcial. Estas estrategias permiten a las mujeres maximizar el cuidado que ofrecen a sus hijos e hijas, pues este es más importante que la carrera profesional. Las decisiones relativas al cuidado infantil definen los límites de lo que es deseable en el ámbito del trabajo productivo.

- Actualmente, las definiciones culturales de que lo es ser una “buena madre” entran en conflicto con las definiciones culturales de la conducta que se espera del “buen trabajador”. Por ello, la maternidad y el empleo se construyen en oposición. Por tanto, no debe sorprender que muchas mujeres tengan verdaderos problemas para conciliar, que se sientan culpables cuando el trabajo interfiere en sus responsabilidades familiares o que eliminen el empleo para atender a sus hijos e hijas.

- La mujer es víctima de burlas por parte de sus colegas, pues estos no consideran que la mujer pueda incursionar de manera efectiva en el periodismo deportivo. Ante esto, se recomienda que en las empresas de comunicación privada y pública se deben incorporar o establecer cláusulas que determinen el compromiso de empresas y trabajadores en promocionar un ambiente adecuado en el trabajo, libre de comportamientos indeseados con connotación o carácter sexual o de inequidad en el trato con respecto al género.

- Es conveniente que los y las periodistas, así como las empresas de medios de comunicación ejerzan su labor de acuerdo con los principios profesionales y las normas éticas. Es importante considerar, tanto en las decisiones como en la elección de fuentes

informativas y testimonios, el objetivo periodístico que se persigue, el contexto en que se enmarca el hecho y el impacto y las consecuencias que se pueden derivar según cómo se trate la información.

- Dentro de las mesas o reuniones editoriales se deben hacer visibles las aportaciones de las mujeres y presentarlas con toda su autoridad. Se recomienda que en el tratamiento de la información las mujeres sean presentadas con toda su autoridad y respeto, haciendo visibles las aportaciones en todos los ámbitos de la sociedad y considerando la experiencia como fuente documental de primera importancia.

- Asimismo, se debe fomentar la formación de los y las profesionales de la comunicación. Las empresas de medios de comunicación, en función de su dimensión y posibilidades, han de favorecer e incentivar la formación de aquellas personas que han de abordar contenidos relacionados con el periodismo deportivo. En lo referente a la profesión, conviene ejercer la tarea periodística desde la responsabilidad personal y respetando los códigos éticos y deontológicos.

- El periodismo ofrece una ventana privilegiada, pero no fácil, desde la cual propiciar un análisis conducente a relaciones sociales plurales y horizontales. La atención de los medios a la discriminación de género como un tema enmarcado en los derechos civiles es muy reciente, pero ocupa un lugar fundamental en la percepción de mujeres y hombres como seres humanos completos, libres de dicotomías represoras.

- Al periodismo deportivo le resta sopesar lo que hay de serio en el entretenimiento, verificar la operación de los aparatos que están detrás del espectáculo, procurar creatividad informativa antes que exageración consabida, y en concreto, asumir los compromisos de un ejercicio periodístico competente.

- Además de la indiferencia o rechazo de parte del género masculino, es evidente que, por razones culturales, religiosas, sociales, etc., el grado de sensibilización de la mujer, como colectivo, es bajo. Es necesario realizar un esfuerzo masivo de concienciación, dirigido a las mujeres y también a los hombres, para que asuman la importancia de lograr la igualdad.

- Se deben iniciar acciones específicas e inmediatas sobre aquellos centros de poder en donde la discriminación es más visible. Una de las primeras iniciativas debería ser la equiparación total de género en los mandos de poder dentro del periodismo, pero específicamente en el deportivo por su antigüedad machista.
- Se debe establecer una legislación específica, pues aspectos como la socio-construcción del género, las diferencias entre sexo biológico y género, el derecho a la identidad, derecho de pareja y la identidad de género, deben ser introducidos en el marco legal ecuatoriano para garantizar la no discriminación y protección reforzada que requiere la mujer.
- Además, es necesario que en la sociedad, especialmente los hombres, se concencie de la situación existente, se asuman y se apoyen las medidas que habrá que poner en juego para que la mujer ocupe la posición que le corresponde. De esta forma, podrá aportar decisivamente al desarrollo económico de la sociedad en general.
- La mujer ha sido y es uno de los íconos en la sociedad. En sus distintos roles, se convierte muchas veces en un producto de compra, en el caso de las presentadoras deportivas. De esta manera, la apelación a la mujer, contextualizada en distintos roles, es un recurso básico de la publicidad. Pero está claro que para conectar con esta mujer es necesario transmitir un mensaje adecuado, que no cree disfunciones con el resto de informaciones que esta recibe. Es decir, no se apela a una mujer liberada, a través de recordarle los valores tradicionales de la familia.
- Es indispensable que la sociedad en todo su conjunto concuerde en que el machismo y las diferencias en términos de desigualdades que se encuentran entre los sexos no responden a algo natural en el ser humano, y que más bien al tratarse de fenómenos sociales y culturales, existe siempre la posibilidad de generar cambios positivos. Es recomendable conversar y reflexionar sobre el tema del machismo. Existen muchos indicadores de violencia que están en relación con el mismo y que podrían utilizarse para analizar sus consecuencias negativas: la violencia intrafamiliar contra mujeres, niños y niñas, la agresión verbal hacia las mujeres en la calle y los chistes que descalifican a mujeres y personas homosexuales, por ejemplo.

- Los cambios en las pautas familiares y laborales varían de una cultura a la otra. Lo que hay que tener presente es que la interacción entre trabajo y familia afecta a los roles de género, a la división del trabajo y a la interrelación de ambos campos entre sí. Mientras que muchas mujeres se han incorporado al sector laboral, los hombres se están resistiendo a incorporarse a las tareas familiares y al mantenimiento de la casa, especialmente si están sesgados hacia la concepción de que existen papeles que deben ser desempeñados por los hombres o por las mujeres, separadamente.

- Dentro de la división social del trabajo, las creencias y estereotipos sobre el carácter humano y sus diferencias son los que se incorporan a la lógica laboral como uno de sus elementos constitutivos, contribuyendo a reproducirlo como un sistema segmentado y jerarquizado.



## **Bibliografía:**

- Alcoba, Antonio, *Periodismo deportivo*, Madrid, Síntesis, 2005.
- Alcoba, Antonio, *Cómo hacer periodismo deportivo*, Madrid, Paraninfo, 2007.
- Amado Suárez, Adriana, *Periodismo de calidad: desafíos y desafíos*, Buenos Aires, La Crujía, 2007.
- Arboleda, Gustavo, *El periodismo en el Ecuador*, Guayaquil, Linotipos, 1909.
- Berganza Conde, María Rosa, *Periodismo especializado*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, 2005.
- Binello Gabriela, Conde Mariana y Martínez Analía, “Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o por conquistar? en: *Peligro de gol: estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, Pablo Alabarces (compilador) Buenos Aires, Clacso, 2000.
- Castellanos, Gabriela, *Sexo, género y feminismos*, Bogotá, Instituto Ecuatoriano de Antropología e Historia, 2003.
- Consuegra, Jorge, *Diccionario de periodismo, publicaciones y medios*, Bogotá, Ecoe, 2002.
- De Villota, Paloma, *Globalización y desigualdad de género*, Madrid, Síntesis, 2008.
- Gillespie, Judith, *Manual práctico para iniciarse como periodista*, Barcelona, CIMS, 1997.
- Gogna, Mónica, *Estudios sobre género, machismo y feminismo*, Buenos Aires, CEDES, 2007, p. 201
- Lagarde, Marcela, *Conceptos de género*, Juárez, Ciscsa, 2004.
- López Forero, Luis, *Introducción a los medios de comunicación*, Bogotá, USTA, 1994.

- Palomo María Bella, *El periodista on-line: de la revolución a la evolución*, Sevilla, Comunicación Social, 2004, p. 33.
- Paniagua Santamaría, Pedro, *Información deportiva: especialización, géneros y entorno digital*, Madrid, Fragua, 2006.
- Salaverría, Ramón, *Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.
- Viveros Vigoya, Mara, “Notas en torno de la categoría analítica de género” en: *Ética: masculinidades y feminidades*, Ángela Inés Robledo y Yolanda Puyana Villamizar (compiladoras), Bogotá, ed. Universidad Nacional de Colombia, 2000.
- Robin West, *Género y teoría del derecho*, Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 2000
- Wright, Charles, *Comunicación de masas*, Buenos Aires, Paidós, 1963.
- Zecchetto, Victorino, *En medio de la comunicación*, Quito, Abya Yala, 2002.

# ANEXOS

## **Incursión de la mujer en el periodismo deportivo**

Por favor, conteste las siguientes preguntas:

Edad: \_\_\_\_\_

Género:        M  
                  F

1.- ¿Cuál es su medio informativo más frecuente?

Prensa  
Radio  
Televisión  
Internet

2.- ¿Cuál es la sección o segmento más llamativo para usted? (selección múltiple)

Política  
Deportes  
Crónica roja  
Internacional  
Otras \_\_\_\_\_

3.- Dentro de los segmentos informativos, ¿qué importancia cree usted que los medios de comunicación dan a los deportes?

Amplia  
Mediana  
Escasa

4.- Dentro de la sección Deportes, ¿qué le atrae más dentro del espacio informativo?

Entrevistas  
Notas de equipos, jugadores, etc.  
Comentarios especializados  
Presentadoras o imágenes de las mujeres

5.- ¿Cree que la mujer ha incursionado dentro del periodismo deportivo?

Sí  
No

6.- ¿Cree que los medios utilizan como gancho a la mujer dentro del periodismo deportivo?

Sí

No

7.- ¿Qué tipo de imagen se desprende de las mujeres periodistas deportivas en la prensa escrita, radio y televisión?

Falta de conocimiento

Trayectoria

No las conoce

8.- ¿Piensa que el aspecto físico es importante en las mujeres periodistas deportivas?

Sí

No

Por qué \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9.- Para incursionar en los medios de comunicación, la imagen de la mujer es...

Importante

Secundaria

Interesante

De relleno

10.- ¿Cree usted que la presencia de la mujer en los medios de comunicación deportivos es notoria?

Sí

No

11.- Si contestó no, ¿por qué cree que no sobresale la mujer periodista deportiva?

Son muy pocas (Cantidad)

Discriminación de género (Machismo)

Desconocimiento de quiénes son periodistas deportivas

## **Anexo 1**

### **Entrevista: Doménica Saporiti, presentadora de Deportes de RTS.**

#### **- Descríbame su trayectoria periodística.**

Empecé a los 16 años en el canal de UHF Televisión Satelital haciendo un programa juvenil. Después, pasé a CD7 en el programa *Locos por el deporte*. Al mismo tiempo, hice el espacio deportivo del noticiero de CN3. En Gama TV, participé dentro del programa *LG Karaoke*. En cambio, en TC Televisión, estuve en el programa *D'Rojo*. Luego, gané el concurso de belleza Miss Ecuador, en el 2008. A partir del 2009, trabajo en RTS, en donde inmediatamente regresé a lo que me apasiona en el programa *Copa*, programa especializado en periodismo deportivo. Ahora, estoy en una nueva faceta que me inspira como animadora del programa *Combate*.

#### **- ¿Cuántos años está dentro del periodismo deportivo?**

Estoy ya 5 años.

#### **- ¿Qué funciones ha desempeñado dentro de este?**

Anchor (presentadora) de noticieros deportivos.

#### **- ¿Cuáles han sido las ventajas palpadas desde su perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

De ser mujer, que hay pocas en esta rama. Sin embargo, hay que hacerse respetar y mostrar conocimiento. Aparte, si una mujer quiere incursionar a la televisión debe tener imagen y saber a lo que se va a enfrentar, que son las críticas de la gente que está al lado del televisor, que nos juzga sin pensar.

#### **- ¿Y dentro de las desventajas?**

Que somos blanco fácil de las críticas. Por ejemplo, yo una vez me equivoqué en un comentario que hice, respecto del marcador, y a mi celular, no sé cómo, empezaron a llegar una serie de insultos y de reclamos. Los hombres también se equivocan y nadie les dice nada. Me parece que si nosotros erramos en algo eso se convierte en un pecado.

#### **- ¿Cuál es el cargo más alto que ha ocupado dentro de los medios deportivos?**

Presentadora y comentarista deportiva. Pero, en otros ámbitos, llegué a ser Miss

Ecuador.

**- ¿Cuál cree usted que es el papel que cumplen las mujeres en el periodismo deportivo?**

Depende de la mujer como se quiera mostrar.

**- ¿Es fútbol sinónimo de periodismo deportivo?**

En algunos países, como el nuestro, sí.

**- ¿Cómo se vinculó con el periodismo deportivo?**

Cuando comencé en la TV, me di cuenta de que quería combinar la televisión con el deporte. Gracias a Dios, se me dio la oportunidad de entrar a CD7 y opté por los deportes.

## **Anexo 2**

### **Entrevista: Soledad Reyes, periodista deportiva de Gama TV.**

#### **- ¿Cuántos años está dentro del periodismo deportivo?**

Llevo trabajando 16 años en el periodismo deportivo.

#### **- ¿Cuál ha sido su trayectoria periodística?**

Comencé desde los 19 años en SÍ TV haciendo prácticas como reportera deportiva. Luego, pasé a TC Televisión, en donde trabajé con Diego Arcos, Después, estuve en Cabledeportes. Posteriormente, viaje a la Argentina para hacer un curso de periodismo durante 2 años. Regresé al Ecuador y retomé mi actividad en Cabledeportes, en donde pasé algunos años. En este canal, tuve un programa de entrevistas internacionales deportivas. Actualmente, sigo en dicho medio pero también trabajo para Gama TV. Además, he experimentado el mundo de la radio, pues estuve en radio Caravana con Paco Álvarez. En la radio Forever Music, también fui parte de programas deportivos. En el campo del periodismo deportivo, debo señalar que he hecho de todo, pues hasta me he dedicado a vender mis programas. También he trabajado en los Departamentos de Ventas de Cabledeportes y radio Caravana. He desempeñado funciones de reportera, entrevistadora. Por cierto, escribí por poco tiempo para la revista *Tenis Match Point*, de Mario Canessa.

#### **- ¿Cuáles han sido las ventajas palpadas desde su perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

Ventajas ninguna. Al contrario, siempre a una mujer la van a minimizar por estar metida en el fútbol. Hay que trabajar duro.

#### **- ¿Cuál es el cargo más alto que ha ocupado dentro de los medios o en general?**

Siempre me he mantenido en el cargo de conductora. Hace unos años, me ofrecieron la Dirección de Deportes de Cabledeportes, pero la rechacé porque hubiese tenido que botar gente, y no quería pelearme con amigos.

#### **- ¿Cuál cree usted que es el papel que cumplen las mujeres en el periodismo**



**deportivo?**

Hay mujeres que entran con un pensamiento muy equivocado. El papel que cumplen las mujeres es el que cada una quiera cumplir. Lo que quiero decir es que si cada una se da el respeto que merece, la respetarán; de lo contrario, si se utiliza al periodismo deportivo como catapulta o exhibicionismo para simplemente entrar en la televisión, no creo que se la mire con el mismo respeto.

**- ¿Por qué el fútbol sinónimo de periodismo deportivo?**

Lastimosamente, en nuestro país, fútbol sí es sinónimo de periodismo deportivo. A la gente lo que más le gusta es el balompié. Los empresarios de los medios apuntan al rating y, lastimosamente, es así, aunque a muchos no nos guste.

**-¿Cómo se vinculó con el periodismo deportivo?**

Me vincule al periodismo porque mi papa era directivo del club deportivo El Nacional. Él me llevó al ambiente del fútbol desde que estaba en el colegio.

### **Anexo 3**

**Entrevista: Verónica Peralta, periodista de radio Cosmopolita-La Pantera.**

**- Describa su trayectoria periodística.**

Empecé en 1998 en radio El Sol, luego pasé a radio Colón, Hoy Radio, diario Extra, radio Sensación 800. Actualmente, trabajo en radio Cosmopolita-La Pantera. También fui corresponsal de revista *Estadio* en España, cuando la Selección jugó dos partidos comprobatorios en ese país. He trabajado con personajes del periodismo deportivo como Patricio Díaz, Andrés Benavides, Vicente Salgado y, actualmente, con Danilo Acosta.

**-¿Cuántos años está dentro del periodismo deportivo?**

13 años.

**- ¿Qué funciones ha desempeñado dentro de este?**

Reportera, corresponsal, coordinadora y redactora.

**-¿Cuáles han sido las ventajas palpadas desde su perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

En ocasiones, he tenido mayor acceso a la información por ser mujer, porque los entrenadores, jugadores y gente vinculada al deporte son más amables. A veces, con los hombres, son un tanto groseros y descorteses. Yo creo que ven nuestro trabajo y prefieren darnos entrevistas solamente a determinadas periodistas.

**- ¿Cuáles han sido o son las desventajas?**

En varias oportunidades o casi todo el tiempo, me enfrento al machismo y exclusión de los colegas. Además, existe algo de egoísmo por parte de otras mujeres que están vinculadas con el periodismo deportivo. Esta profesión está llena de envidia porque siempre se quiere obtener la exclusiva pasando por sobre otros compañeros.

**- ¿Cuál es el cargo más alto que ha ocupado dentro de los medios o en general?**

Coordinadora.

**- ¿Cuál cree usted que es el papel que cumplen las mujeres en el periodismo deportivo?**

Creo que debemos laborar pensando en humanizar la profesión y buscar la igualdad de género en todos los sentidos. Hay mucho camino por recorrer porque los hombres piensan que conseguimos entrevistas por la cara o por palancas.

**- ¿Es fútbol sinónimo de periodismo deportivo?**

En el Ecuador, sí. Pero yo creo que no debería ser así, porque en la actividad se abarca muchas más disciplinas deportivas.

**- ¿Cómo se vinculó con el periodismo deportivo?**

Buscando una pasantía, fui a radio El Sol, en donde me dijeron que existía una vacante en deportes y, de inmediato, acepté, porque siempre me gustó el deporte. En mi adolescencia, practiqué gimnasia y fútbol de salón. Creo que desde muy pequeña me llegué a vincular con este medio.

#### **Anexo 4**

**Entrevista: Yadhira Martínez, asistente de la Secretaría Nacional de Comunicación de la Presidencia.**

##### **- Descríbame su trayectoria dentro del periodismo**

Yo empecé en el periodismo deportivo en 1990 en la Asociación de Fútbol No Amateur de Pichincha (AFNA), en donde empecé como pasante y luego pasé a ocupar el cargo de asistente de Gerencia. Yo viví experiencias muy desagradables en esta rama del periodismo, pues, trabajando en AFNA, tenía que ir a los diferentes partidos que se disputan en el Atahualpa. Incluso, los hinchas, cuando yo estaba en la cancha, me veían mal y me gritaban: “¡Lárgate a cocinar!”, “¡Vete a tener hijos!”, entre otras cosas. Fue duro y doloroso el ver cómo nos trataban a las mujeres. También puedo decir que las mismas mujeres del medio buscan la manera de hacerte daño por envidias y problemas.

Luego, salí de ahí y me dediqué a estudiar periodismo en la Universidad Central. Después, en el 2005, incursioné en radio Colón. Empecé en esta radio porque me invitaron para ir a ver cómo hacían el programa, pero me hicieron participar y leer unas notas; me había escuchado el director de Deportes de ese medio y cuando salió una persona, me llamó y me dijo que me había escuchado y empecé a trabajar.

##### **- ¿Cómo describe al periodismo deportivo?**

El periodismo deportivo es un medio tan machista, en donde hay más hombres que mujeres. Cuando uno empieza a incursionar, es para ellos como un golpe. Incluso, para los mismos hinchas, es como una falta de respeto ver a las mujeres periodistas deportivas. Este medio ha sido, es y será para mí súper machista. Antes, cuando la mujer recién empezaba en esto, para ellos fue un shock, porque no podían pensar que una mujer pudiese hacer un mejor trabajo que ellos. Creen que la mujer no es capaz y dicen que si la mujer hizo una buena nota o consiguió una buena entrevista, es porque ella estuvo involucrada con su fuente, como que se acostó con su entrevistado o está saliendo con alguien. Los hombres no son capaces de aceptar que la mujer sí es capaz.

##### **- ¿Cómo ve la incursión actual de las mujeres en el periodismo deportivo?**

Las mujeres no preparadas que se han metido al periodismo deportivo han dado pie a que nos califiquen como tontas o con falta de preparación o conocimiento. Lo que sí

puedo decir es que en el Ecuador existe mucha ignorancia, mucha decadencia en el sentido de criterios, de preparación. Una persona que estudia, que se prepara, tiene muchas más oportunidades para resaltar. Lastimosamente, hay muchas chicas no preparadas que se meten al periodismo deportivo, y que sí hay casos, porque quieren estar cerca de un futbolista, de un dirigente, o diferentes deportistas.

**- ¿Cuáles son las ventajas de ser mujer dentro del periodismo deportivo?**

Dentro de las ventajas es que las mujeres se posicionan en el periodismo deportivo y ya se ve con mayor claridad que sí podemos hacer y meternos en los mismos temas que los hombres, y no solo porque se tenga buen cuerpo o sea bonita, sino porque una sabe. El hecho de que una mujer formule una pregunta técnica con fundamentos deportivos es un logro, puesto que siempre se pregunta lo mismo a la fuente y llega un punto en el que eso ya les debe cansar.

Sin embargo, hay mujeres que se han aprovechado y se siguen aprovechando de su condición de comunicadores y creen que el vincularse sentimental o sexualmente es su carta para tener una estabilidad económica, pero no se dan cuenta que la profesión de un deportista es efímera, pues puede ser bueno, pero le ocurre un accidente y el minuto de fama se le acabó; y si no tiene una perspectiva de qué hacer a futuro, terminará en la ruina, como hay miles de casos en el mundo y también en Ecuador.

**- ¿Cuál ha sido su posición más alta dentro del periodismo, en especial del deportivo.**

He llegado a ser coordinadora de Deportes, pero fue un proceso muy duro para alcanzar esa posición. Yo me quedé embarazada y estuve casi dos años alejada del periodismo deportivo. Cuando quise retomar mis rumbos en este medio, no encontraba trabajo porque tenía, para los jefes de las secciones deportivas, dos debilidades: ser mujer y ser madre. Me decían que ahora que soy mamá iba a pedir permisos por cualquier razón y que eso no era viable. Pero hubo una persona que sí me dio la mano y se trata de Andrés Benavides, quien es actualmente director deportivo de radio Carrusel y el presentador del programa Copa de RTS. Cuando entré a trabajar con él, yo le ayudaba en la parte de coordinación y comercialización en los medios. Tal es el grado de confianza que él ha depositado en mí que cuando se va de viaje, yo me encargo de todo. Al principio, la

gente que trabajaba ahí me trataba mal porque decían que yo no podía dar órdenes porque una mujer no sabe nada de deportes y menos de fútbol, pero yo demostré mis capacidades y me he ganado el respeto de los que un día no creyeron en mí.

**- ¿Es el fútbol sinónimo de periodismo deportivo?**

El fútbol es el rey de los deportes. La gente cree que periodismo deportivo es fútbol, pero no es así porque hay deportes amateur, como el karate, el judo, el atletismo, la natación, que también son importantes. Como mujer, afrontarse a este medio machista es durísimo, al menos así lo fue para mí. Uno tiene que ser ética, hay que ser equilibrada, porque si tienes un perfil bajo, suponen que no sabes; y si tienes perfil demasiado alto, dicen que eres figuretti, que eres fácil, entre otras cosas.

Yo, por ejemplo, quise entrar en el medio televisivo, pero como siempre la imagen juega un papel importante, y si no eres bonita, no eres extranjera o la reina, no sirves. La idiosincrasia en este país hace que las extranjeras, gente con falta de preparación y conocimientos, reinas de belleza, se involucren en el periodismo y eso es algo que yo creo en que va a cambiar algún día. Esta es una lucha larga porque si uno quiere que el periodismo deportivo cambie y las mujeres sobresalgan, hay que excluir a la gente sin cerebro, perdón por la expresión.

## **Anexo 5**

**Entrevista: Marcela Caicedo, periodista de diario Últimas Noticias.**

### **- ¿Cuánto tiempo lleva dentro del periodismo deportivo?**

Yo ya tengo seis años dentro del periodismo deportivo. Yo me vinculé a los medios en el proyecto que hizo diario Súper, sacando un medio nuevo, popular, que no sabía cómo iba a ser aceptado por el público. Siempre me ha gustado el fútbol. Desde pequeña acompañaba a mi papá al estadio, pero con este proyecto empecé de cero, sin saber nada, solo tenía la certeza de que me gusta el fútbol y el deporte en general. Pero en este diario, a mi me tocó aprender de todo, porque aparte de cubrir la sección Deportes, hacía Farándula e inclusive Crónica Roja.

### **- ¿Cuál es tu trayectoria en los medios?**

Primero estuve en el diario Súper, en donde estuve por tres años. Luego, tuve una interesante propuesta de Pepe Navarro para trabajar como coordinadora de la sección deportiva de El Popular, en donde estuve muy poco tiempo, como tres meses, porque tuve una buena oferta del diario Últimas Noticias, en donde ya voy tres años.

### **- ¿Cuáles son las desventajas que has experimentado dentro del periodismo deportivo desde la perspectiva de género?**

El periodismo deportivo hace pocos años se ha abierto más a la incursión de la mujer, pero hay muchas barreras todavía. Desde el inicio, por ser mujer, ya eres estigmatizada. Por ejemplo, los colegas de otros medios piensan que uno consigue una buena entrevista o nota solamente por ser mujer y vincularse en relaciones amorosas, y hasta sexuales, con jugadores, dirigentes deportivos. En mi caso, en un sinnúmero de veces, han dicho que mis notas las consigo por esa razón. Lo cual es totalmente falso. Yo he pasado por muchas dificultades, pero, a la vez, los resultados de mi trabajo son el premio que alcanzo al final, porque en la publicación se plasma lo mejor de uno mismo. Este es un medio bastante machista, pero, gracias a Dios, también he conocido gente que me ha abierto las puertas. Los periodistas hombres saben que a veces las fuentes te dan una nota si hay de por medio una aventura, pero ellos creen que las mujeres aceptamos y eso no es así. Sí se han dado casos, pero tampoco pueden generalizar a todas. Eso está mal porque dañan la imagen de nosotras. Yo, por ejemplo, gracias a mi experiencia, sé cómo

manejar esos malos momentos que se dan con los jugadores, en especial con los futbolistas.

Yo creo que en el periodismo deportivo quien no es profesional no dura, puesto que por este medio han pasado muchas personas que han entrado, pero lo importante es mantenerse, y uno se mantiene demostrando que se hace un buen trabajo, que una puede ser profesional y especializarse. Yo he tratado de marcar una diferencia en el sentido de que a esta rama la veo siempre desde el lado humano. Obviamente, los deportes son números, estadísticas, pero detrás de eso hay un protagonista, un ser humano, y eso es lo que a mí me gusta contar en mis notas. He hecho de todo, pero este tipo de notas son las que mayores satisfacciones me han dado.

En diario Últimas Noticias, yo propuse una sección que se llama “Yo fui”, en donde los jugadores cuentan los esfuerzos que han hecho antes de llegar a ser reconocidos. La gran mayoría de jugadores viene de estratos bajos y para llegar a donde están han tenido que sufrir mucho. En la elaboración de mis notas, me encontré con que algunos vendían naranjas en el mercado, otros trabajaban en mecánicas, quienes laboraban en buses. Estas son historias que mucha gente no sabe, solo conoce que tal o cual jugador hizo el gol en un determinado minuto y se acabó.

Un caso en el que sentí total rechazo a las mujeres periodistas deportivas fue cuando fui al estadio Bellavista y había un nuevo portero, que no me conocía y me dijo que yo no podía entrar porque supuestamente era periodista de farándula. Entonces, sentí que este señor pensaba o se limitaba a creer que las mujeres solo nos podemos remitir a esos temas.

#### **- Entonces, ¿las mujeres somos más sensibles que los hombres?**

Somos más sensibles y los jugadores se abren más con nosotras. Bueno, al menos a mí eso me ha pasado, no sé si con todas serán así. Voy a comentar el caso de Michael Arroyo, quien llegó a Deportivo Quito con el antecedente de haber sacado dopaje positivo por marihuana y tuvo una suspensión de seis meses. Él llegó al equipo gracias a la confianza del técnico Rubén Darío Insúa y ahora está en México. Yo a él le hice una nota, una historia, sobre cómo empezó en las drogas, cómo salió de este mundo, cuándo consumía, dónde lo hacía. Estas cosas no se cuentan a cualquiera. Gracias a mi



trayectoria, experiencia, yo he llegado a tener una conexión y les trato de dar confianza para que me cuenten sus cosas más personales para que el lector conozca más sobre ellos. Ojo, no con todos, porque algunos prefieren reservarse muchas cosas y uno tiene que respetar ese espacio. Yo creo que en este punto sobresale la capacidad de la periodista para abordar a su fuente y cómo se hacen las preguntas más delicadas. Lo más satisfactorio es cuando te llaman y te dicen que les guardes la nota porque les gustó mucho. Esto me ha pasado un montón de veces, pero también hay el lado negativo de que no a todos les guste tu trabajo.

**- ¿Cómo ve usted la incorporación de la mujer en el periodismo deportivo?**

La gran protagonista, aparte de que España ganó el Mundial Sudáfrica 2010, fue Sara Carbonero, más allá de ser la novia y haberse dado un beso con su novio, Iker Casillas, el arquero y capitán de la selección, es una mujer que se ha ganado un espacio fundamental dentro del periodismo deportivo de su país, pues es productora, reportera y presentadora. Entonces, el mundo empieza a ver a la mujer periodista deportiva con otros ojos. Nos ven con la capacidad de poder hacer, escribir, estar en una cancha y preguntar. Eso he sentido al estar vinculada con los medios, obviamente con los peros que mencioné en un principio, porque tampoco es que nuestra vida sea color de rosa. Pero ese es en el caso de España, pero en el Ecuador no se ve que una periodista de televisión sea un referente a escala nacional.

Yo no voy a desmerecer el trabajo de nadie, porque por algo estás ahí. Sin embargo, lo que nunca me va a cuadrar es que una periodista deportiva jamás pise una cancha, no sienta lo que es hacer una entrevista, acudir a un partido, hacer una pregunta, etc. Ser mujer periodista deportiva implica estar en las canchas, en los estadios, estar en lluvia, estar en sol. Lo más chévere es sentir que un jugador, un directivo o gente vinculada con el deporte sepa quién eres. Que un dirigente, cuando le llamas, sepa con quién está hablando. Hay gente que solo lee noticias, notas, y no va más allá.

Si bien los medios de comunicación abarcan radio, prensa escrita y televisión, hay diferencias en el manejo de la información. Personalmente, no creo que todo el mundo pueda escribir e incursionar en la prensa escrita. Es decir, no es lo mismo hacer una pregunta para radio que para un periódico. Por ejemplo, los radiales se basan en la coyuntura: próximo partido, la victoria, la derrota; así como también en un banco de

preguntas y, por el tiempo, no pueden profundizar más. En cambio, en prensa escrita, uno propone temas especiales y hay mayor esfuerzo para conseguir fuentes, para hacer contactos, para llegar de un recorrido y sentarse a escribir notas largas y completas.

**- ¿Hay que especializarse entonces?**

Lastimosamente, en el Ecuador, no hay especialización en el periodismo deportivo. En la UDLA, se abrió una carrera vinculada al medio, pero tiene un costo bastante elevado. Aparte, uno debe tener tiempo para hacer una carrera y, como otro mal, esta profesión exige tiempo completo siempre, sin excepciones.

**- ¿Cree que las mujeres hemos generado que los hombres nos vean tan incapaces o piensen que se consigue una entrevista por los atributos físicos?**

Si verse bien, si vestirse mal o arreglarse es malo, entonces cómo tenemos que lucir. Yo siempre trato de estar presentable para irme a algún lado. Entonces, confunden que uno va para coquetear a jugadores y no para trabajar.

## **Anexo 6**

**Entrevista: Diana Ochoa, periodista de diario Hoy.**

**- Descríbame su trayectoria periodística.**

Comencé haciendo prácticas en radio Rumba; en ese tiempo, era una estación que transmitía música. Luego de eso, pase a radio Súper K800, en donde me tocó realizar reportería. Seis meses más tarde, pase a Caravana Radio y TV. Esto me ayudó a ingresar a diario La Calle, que fue mi primer trabajo; no obstante, estando en este periódico tuve la oportunidad de seguir haciendo radio en CRE. Luego de un año, pasé al Departamento de Prensa de la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Posteriormente, tuve un pase por la Federación de Motociclismo, en donde me tocó hacer relaciones públicas. Actualmente, ya voy más de un año en diario Hoy, en donde me desempeñó como periodista deportiva.

**- ¿Cuántos años está dentro del periodismo deportivo?**

Tres años y siete meses.

**- ¿Qué funciones ha desempeñado dentro de este?**

Locutora, reportera y relacionista pública.

**- ¿Cuáles han sido las ventajas palpadas desde su perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

Existen mujeres que gustan y se apasionan por los deportes y luchan por demostrar que no solo gustan de ellos, sino que también los entienden y tienen las mismas capacidades para ejercer esta profesión. Hay ocasiones en que la mujer tiene ventaja sobre el hombre para conseguir una entrevista o conseguir respuestas que a ellos nunca les darían, pues las mujeres son capaces de hacerlos sentir más en confianza para obtener mejores resultados, en el buen sentido de la palabra. Esto se puede observar en la práctica diaria de la profesión, al ir a los entrenamientos, que las fuentes sepan quién es cada uno y qué tipo de trabajo se hace.

**- ¿Cuáles son las desventajas?**

En el ámbito masculino existen territorios que prácticamente no se negocian y critican a las que sí se atreven a hacerlo por considerarlo una profesión poco femenina. Los

hombres piensan que porque han “jugado” al fútbol, porque forma parte de sus vidas, pueden hablar con conocimiento de causa y las mujeres no pueden hacerlo.

**- ¿Es fútbol sinónimo de periodismo deportivo?**

En radio, prensa escrita y televisión, sí lo es por el ámbito económico. Pero en el campo real no debería ser así, porque el periodismo deportivo encierra muchos deportes, no solo se basa en el fútbol.

**- ¿Cómo se vinculó con el periodismo deportivo?**

Por mi papá y tío, quienes, desde pequeña, me llevaban a los estadios. Luego, en el colegio, comencé a practicar fútbol de salón y básquet.

## **Anexo 7**

**Entrevista: Paola Gavilanes, periodista diario El Comercio.**

### **- Cuénteme sobre su trayectoria periodística.**

Me inicié en esta profesión el 12 de agosto del 2007, tras realizar nueve meses de pasantía en la sección Monitoreo de Noticias y un breve paso por la sección Cultura, dirigida en ese entonces por Alfonso Espinoza, en diario El Comercio. Luego, debuté como periodista en el área deportiva, en donde trabajé durante tres años. Me desempeñé como periodista, tanto en la sección Deportes como en el suplemento Lunes Deportivo. Después, pasé a la sección Espectáculos, en donde me mantengo hasta la actualidad. Allí escribo notas relacionadas a la música. También colaboró con mis compañeros en notas de cine y medios.

### **- ¿Cuántos años está dentro del periodismo deportivo?**

IncurSIONÉ en el periodismo deportivo durante tres cortos años. Digo cortos, porque cuando haces lo que te gusta el tiempo casi no se siente. Me inicié haciendo notas de fútbol barrial. Mi labor consistía en observar los partidos y describirlos al detalle en el papel, especialmente para Lunes Deportivo. Mi primera experiencia en esto fue crítica, porque en un juego realizado en una cancha en el sur de Quito, los jugadores del equipo perdedor se fueron encima del árbitro. Hubo sangre, gritos y, por supuesto, la presencia de la Policía. Una buena experiencia para debutar. Después, me designaron un equipo de la Serie B, después de la A, hasta que tuve la oportunidad de observar juegos de la Selección Nacional del Ecuador. De estos últimos jamás escribí. La verdad aún no lo sé, pero creo mis jefes superiores no sintieron que yo fuese capaz de hacer notas de este estilo, tal vez por preparación o por ser mujer, pues siempre en el fútbol de las categorías mayores siempre se ven más hombres, quienes quieren reducirte si te ven en una cancha. Como fuente también tenía deporte amateur, como vóley, baloncesto, entre otros. Sin embargo, me hice especialista en cubrir competencias de golf y ecuestres.

### **- ¿Cuáles han sido las ventajas palpadas desde su perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

No tienes ventajas. El hecho de ser una mujer no te pone un escalón más arriba que un hombre. Los logros dependen de lo preparada que vayas a una determinada cobertura. Durante mis tres años de desempeñarme como periodista deportiva conseguí todas las

entrevistas designadas y las que me propuse. El hecho de ser mujer solo permite, de alguna manera, en el caso de los jugadores, que te contesten las preguntas o te pidan disculpas por no poder atenderte. Con los hombres, muchas veces eso no sucede. Pero eso se da por el bajo nivel educativo de los entrevistados.

**- ¿Cuáles son las desventajas?**

La única desventaja es que debes competir con gente que no tiene preparación, eso incluye a hombres y mujeres que ejercen la profesión de forma empírica. Hay muchas que no tienen la más mínima idea de lo que hacen en la cancha y eso después se generaliza, es decir que piensan que las mujeres solo están allí por ver a los jugadores, que siendo realista sí existe ese tipo de “profesionales”.

**- ¿Cuál es el cargo más alto que ha ocupado dentro de los medios o en general?**

Me he desempeñado como periodista.

**- ¿Cuál cree usted que es el papel que cumplen las mujeres en el periodismo deportivo?**

El periodismo deportivo es un área complicada de ingresar siendo mujer, pero no imposible. Como te dije antes, la base es estar informada, actualizada y preparada. El rol de la mujer, estando perfectamente preparada, es fundamental para generar notas más humanas, con sentido, que no sean solo números como nos los presentan los presentadores tradicionales. También es necesario que varias presentadoras, en especial de la televisión, tomen conciencia de que no solo basta una cara bonita y después que se te burlen tus compañeros. El periodismo deportivo, en el caso de las mujeres, va mucho más allá, pues una tiene que estudiar y especializarse.

**- ¿Es fútbol sinónimo de periodismo deportivo?**

Por supuesto que no. Eso es lo que hasta ahora nos hacen creer, principalmente, los medios. El periodismo deportivo abarca todos los deportes, solo que eso se da porque los presentadores no están lo suficientemente preparados para hablar de otras disciplinas, a excepción de Arcos, periodista de canal 10. Sin embargo, en el medio

impreso, considero que existe un mejor nivel de preparación.

**- ¿Cómo se vinculó en el periodismo deportivo?**

Desde pequeña tuve afición por los deportes. Fue seleccionada de atletismo, después incursioné en el fútbol. Mi primera experiencia profesional fue precisamente en el periodismo deportivo, al cual espero retornar después de graduarme de técnica de fútbol.

## **Anexo 8**

### **Entrevista: Martha Córdova, presidenta de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha.**

#### **- Descríbame su trayectoria en el periodismo deportivo.**

Empecé haciendo radio cuando cursaba el cuarto curso de colegio trabajando los fines de semana. Luego, cuando me gradué de bachiller, empecé a trabajar tiempo completo, porque estudiaba en la Universidad Central en un horario de 16:00 a 21:00. Estuve en la radio Tarqui durante cinco años. Después, cambié totalmente de medio y me fui a la prensa escrita. Antes, los medios de comunicación eran más exigentes y tuve que firmar un contrato de exclusividad, es decir, no se podía trabajar en ningún otro medio. Estuve en La Hora, en donde trabajé por tres años. Luego, pasé a diario Hoy, en donde estuve cuatro años. Luego, me fui a El Comercio, en donde duré siete años. Tengo que decir que diario El Comercio me lanzó profesionalmente al exterior. Finalmente, retorné al Hoy, igual estuve siete años. En ese tiempo, también hice los reportajes oficiales para la Fifa.com. Ahora, soy corresponsal de DirecTV Sports, en donde todos los días subo noticias deportivas actuales a la web. Desde hace dos años, me dedico tiempo completo como profesora en la Universidad de las Américas (UDLA). También estoy trabajando en la Dirección Metropolitana de Deportes y Recreación.

#### **- Antes trabajó en medios y ahora su trabajo es más dedicado a una comunicación institucional. ¿Cómo han sido los cambios que ha experimentado?**

Ha sido un cambio de salir de medios, pero yo creo que la prensa escrita forma en un sentido global. Estoy aquí porque estoy conociendo otro mundo. Nosotros, los periodistas, siempre estamos ocupados del deporte de alto rendimiento, del deporte competitivo; sin embargo, hay un deporte que nosotros nunca abarcamos y es el deporte recreativo. La misión de esta área del deporte es motivar a la gente a la práctica física, a la práctica deportiva. Hemos hecho recorridos por toda la ciudad, por parroquias y áreas rurales, para que la gente tenga un mejor desempeño de actividades relacionadas con el deporte. Esto va a evitar futuros problemas de artritis, mala circulación en piernas y pies, problemas generales de salud. Por ejemplo, en esta dirección, hay un gimnasio permanente gratuito, hay puntos activos en los barrios. En el Municipio, tenemos medios de comunicación, como El Quiteño, en donde se publican carreras que jamás se ven en los demás medios, por ejemplo la carrera de triciclos, que hace servicio de carga



en los mercados. Este evento tenía una inmensa connotación social y eso no se ve plasmado en radio, prensa o televisión. Por ejemplo, para mí eso es diferente, porque toda la comunidad está integrada. Ese tipo de notas yo difundí en los medios de comunicación, cuando nos dan espacio, o yo los redacté en la revista Q o El Quiteño.

**- ¿Usted siempre ha estado vinculada con el periodismo deportivo?**

Siempre. Hace 29 años era muy difícil para las mujeres, pero a mí me gusta el deporte. Es un vínculo que sale de los estadios para posicionarse en la sociedad y ser un punto de polémica o un punto de unión, como en el caso cuando la Selección clasificó al mundial. Cuando yo dirigí la sección deportiva de distintos medios de comunicación, siempre traté de que el periodista se traslade más allá del fútbol. A mí siempre me gustó cubrir juegos olímpicos, paralímpicos. Debemos conocer a los deportistas de las diferentes disciplinas.

**- ¿Por qué fútbol es sinónimo de periodismo deportivo?**

El sistema de trabajo de los periodistas, lastimosamente, y especialmente en radio, está muy entrelazado con lo que es publicidad. Entonces, el periodista radial cobra su sueldo por lo que vende en publicidad. No tiene un sistema de remuneración como en la televisión o la prensa escrita, en donde la empresa paga un fijo. Por esa razón, en las transmisiones de radio siempre aparece el fútbol. Es muy rara la radio que transmite básquet, porque no es una actividad tan rentable. Los periodistas deberíamos conocer todas las estrategias técnicas, tácticas de la marcha, por ejemplo, que es un deporte que nos ha dado tres medallas olímpicas; sin embargo, no hay transmisión de sudamericanos, de juegos olímpicos, de juegos panamericanos. Hace cuatro años, yo estuve en Río de Janeiro, en donde la marcha ecuatoriana batió las medallas a nivel panamericano y estábamos peleando con una escuela de marcha mexicana que tiene más de 80 años de vigencia y que siempre ha ganado. Ganamos oro por los 50 metros con Javier Moreno, en 20 metros hicimos oro y plata con Jefferson Pérez y Rolando Saquipay. Los medios de comunicación no sacaron a lo grande estos temas porque no son rentables para ellos.

**- ¿Usted cómo se vinculó al periodismo deportivo?**

Yo he venido escuchando fútbol desde que tenía 6 años. Mi vínculo principal fue el Mundial Argentina 78. Ese mundial lo viví junto a mi papá y a mi hermano y, desde ahí,

siempre estaba conectada a la radio. Mis primeras informaciones se las di a mi papá, le decía quién ganó en los partidos, el marcador, el goleador, el entrenador, los cambios. A los 16 años, me fui a radio Tarqui como una inquietud colegial y empecé a hacer las pasantías. A los 27 años, ya fui jefa de Deportes en El Comercio. Luego, ya me vinculé en el ámbito internacional, que me ha servido para hacer cursos, maestrías, postgrados.

**- ¿Cuáles son los errores de los periodistas deportivos actuales?**

Que se olvidan de que antes de ser periodistas deportivos son periodistas. Yo me he encontrado con gente que cree que solamente hace deportes y cuando le mandan a hacer una entrevista que tiene temas económicos y políticos se rehúsan. Otra falencia es la falta de capacitación universitaria y de postgrados.

**- ¿Cuáles han sido las ventajas que ha experimentado desde la perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

Yo jamás en mi vida, hasta hace un año, he puesto mi condición de mujer para conseguir alguna información o cubrir determinadas coberturas. Siempre he dicho que la capacidad se mide en el momento exacto. Entonces, en las coberturas nacionales e internacionales, siempre les he dicho a mis colegas que vamos a demostrar quién es quién. Afortunadamente, me ha ido muy bien. La constancia está en mis escritos en los medios en los que he trabajado. En el primer mundial en el que Ecuador clasificó, estuve trabajando en el diario Hoy y todo el mundo quería saber del mundial. En este evento, la prensa deportiva estuvo a prueba. Cuando yo regresé, había duras crítica por las transmisiones de radio y televisión, y las publicaciones de prensa. Afortunadamente, yo recibí buenas opiniones hasta un año después de sucedido este hecho. En El Comercio, por parte de Gonzalo Ruiz, por ejemplo, hubo muy buenos editoriales a favor de mi trabajo. Yo siempre he dicho que la capacidad y la inteligencia se miden en el trabajo. Yo creo que, y eso les he trasladado a mis alumnos, el que es capaz, donde quiera se desarrolla.

**- ¿Cuáles han sido las desventajas que ha experimentado desde la perspectiva de género dentro del periodismo deportivo?**

Dentro del periodismo deportivo, me gusta también la investigación y la denuncia. Para el Mundial de Alemania, publiqué la lista de los periodistas que no habían procedido correctamente para lograr su acreditación en este certamen. Entonces, se dio un caso

que un periodista había falsificado una autorización de revista Estadio. Todos estos datos los saqué, los publiqué. Incluso, cuatro años después, la gente no me habla, trata de calumniarme en público. Nosotros demostramos que había anomalías en estos procesos.

Las mujeres debemos estar enfocadas en lo que queremos hacer, porque ahora hay casos que jovencitas que recién empiezan en esta profesión se vinculan sentimentalmente con jugadores o gente del medio deportivo. En mi caso, yo siempre seguí la línea de periodista deportiva que quería trabajar por el deporte, por los deportistas en general. Hay gente que no sabe que el servicio como periodista es para la comunidad no al futbolista, porque él ya gana muchísimo. Hay que enfocarse en el trabajo social que hacemos. Entonces, yo debo tener una guía y una relación directa con la fuente, pero no puede valerme de eso para ir más allá. Esto ya es una cuestión de ética. Yo, hasta ahora, a cualquier futbolista o deportista, le llamo Señor. Claro, lo que ganaba ahí era que me identifiquen. Si yo marco un punto de respeto, voy a ganar lo mismo. En todos nuestros movimientos, las mujeres somos puntos de crítica. Por eso, debemos manejarnos con cautela y ética a todo nivel. Por ejemplo, cómo estás vestida es punto de crítica, si no estás con libreta, igual. Peor aún, en las actitudes. Los deportistas del medio dicen que tal o cual periodista le coquetea, le pide plata, etc. El periodista debe conseguir una nota de la manera más ética. Por ejemplo, periodistas que están casadas con futbolistas, eso es algo que no se concibe. Eso está mal y éticamente no es posible. Es decir, quieres ser una buena periodista o conseguir marido. No hay que dañar a la profesión.

En lo personal, a mi me pasó un caso un poco desequilibrante. Yo hice una cobertura sobre una tenista joven que recién empezaba en la disciplina. Cuando terminé mi trabajo, el papá de ella se me acercó, me entregó una caja en las que se entregan joyas y me dio las gracias por hacerle la entrevista a su hija. En ese momento, mientras le devolvía el “regalo”, le hice caer en cuenta que si yo estaba ahí era porque su hija se lo merecía y no porque yo le estuviese haciendo algún favor para se saliese en el periódico. Le dije que al hacer eso estaba borrando toda la calidad profesional de su hija. Entonces, esas cosas uno tiene que parar con frontalidad. De esa manera, uno marca su tarjeta de identidad y nunca más nadie se te va a acercar con una propuesta o regalo así.

Hubo un caso muy especial con Jéfferson Pérez, cuando ganó la medalla panamericana. Yo me acerqué y le dije al señor Pérez si podíamos conversar, porque él se estaba yendo para el Mundial a París. Ahí estaba un compañero de otro medio de comunicación y le reclamó a Jéfferson porque él estaba primero, pero Pérez le dijo que él me iba a atender a mí. Entonces, el deportista sabe con quien conversa y con quien no. Me acuerdo también que íbamos a sacar un libro, en donde constaba Maturana, y otros periodistas le iban a entrevistar también, pero yo había sacado cita con varios días de anticipación. Cuando llegué, él se dirigió a un grupo y les dijo que no iba a atenderles porque yo sí había programado una cita. Esa era mi ficha de identidad con la fuente. Mis fuentes sabían y saben cómo manejo la noticia.

Si usted me pregunta cuantas mujeres periodistas fueron al Mundial de Alemania, yo le digo que solamente yo, porque las otras iban en calidad de modelos. Depende mucho de la mujer cómo se quiera mostrar, es decir como la presentadora-modelo o como la periodista-reportera. Entonces, la propia fuente te identifica. Hay quienes ya identifican lo que quieren los periodistas como las notas light o las notas serias que hablen de estrategias, profundidad, entre otros aspectos. Yo creo que en la actualidad hay muchas chicas que están incursionando en el periodismo deportivo sin marcar un eje claro en su vida. No es por vanidad, pero yo no he visto a ninguna mujer que haya hecho lo que yo hice en 29 años. Por ejemplo, Soledad Reyes es buena pero no ha logrado imponerse. Por ejemplo, las mujeres que pasan de farándula a hacer supuestamente periodismo deportivo son las que contaminan a la profesión, porque ellas no tienen la capacidad de informar como se debe sobre esta actividad que es hermosa.

Yo he sentido el machismo desde hace un año que estoy como presidenta de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha. Por ejemplo, realizamos una premiación a los mejores deportistas del año anterior en el Palacio de Cristal, en el Itchimbia. Este evento salió solamente en dos periódicos. Al resto, que son socios de este organismo, no les importó publicar nada, porque no admiten que una mujer esté a cargo de esta institución. Yo les he dicho que si tanto es el machismo que florece, porqué no estuvieron hace un año que nadie quería comandar la asociación.

## **Anexo 9**

### **Entrevista: Pepe Granizo, Director de Deportes de Tarqui Deportes.**

#### **- ¿Cuál ha sido su experiencia dentro de los medios?**

Yo tengo 45 años en el periodismo deportivo. Me inicié muy joven, a los 17 años, porque hubo una coyuntura muy especial en el colegio en donde yo estudié (San Felipe de Turubamba), en donde había una radio, en donde empecé comentando sobre los diferentes partidos de fútbol. Ahí nació mi vocación por esta rama de la comunicación. Yo trabajé en Riobamba, mi ciudad natal, en tres emisoras locales. Luego, vine a estudiar en Quito, en donde estudié en la Universidad Central y Universidad Católica. La primera radio en la que me vinculé en la capital fue radio Gemas, en el Mundial de 1970. He pasado por radio Éxito, radio Fiesta, radio Colón y radio Tarqui, en donde he estado por 34 años. En el asunto de la televisión, estuve durante 20 años en Gamavisión, en donde dirigí el área deportiva.

#### **- ¿Cómo le parece la actual incursión de la mujer en el periodismo deportivo?**

Antes la incursión de la mujer en el periodismo deportivo era considerada un tabú. Las mujeres no hacían periodismo en este ámbito. Una de las primeras que se involucró fue Martha Córdova, quien ingresó a radio Tarqui en calidad de pasante. Ella vino a pedirme una oportunidad y, al ver su entusiasmo y empeño, le brindé mi apoyo. Después pasó a ser reportera, ella quiso ser relatora de partidos, pero yo le dije que no tenía esas condiciones, pero le molestó un poco mi opinión. Yo emití ese comentario porque el relato es una cosa muy diferente a lo que puede hacer un reportero, pero eso igual se lo he dicho a varios chicos que han pasado por acá. Ella aprovechó y tuvo mucho éxito haciendo periodismo escrito e igual como presidenta de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha. Ella fue una de las pioneras a nivel nacional.

#### **- ¿Por qué razón brindó oportunidades a las mujeres?**

Porque las mujeres pueden desarrollarse en los mismos campos que el hombre. Y si no se les daba la oportunidad, nunca lo iban a experimentar. Algunos futbolistas tienen el ego demasiado grande. Entonces, si va una mujer, es más difícil que le digan que no, incluso porque algunos ya identifican que ya no les va a hacer las mismas preguntas, sino que se van a ir por temas diferentes, nuevos y humanos. En cambio, a un hombre le van a dar un no rotundo. Las mujeres son más suspicaces y preguntan cosas que los

hombres omiten. Hay colegas que creen que la mujer solo está para la prensa rosa o para presentadora de televisión.

No obstante, se ha visto a mujeres que se aprovechan de sus condiciones para lograr primicias o exclusivas. Por otro lado, hay mujeres que logran buenas notas por su capacidad, pero la envidia aparece y hace que la gente opine que obtuvieron su producto porque son guapas, porque tienen buen cuerpo. Sin embargo, creo que todo depende de la personalidad de la periodista deportiva, porque si ella se hace respetar, no se va a encontrar con este tipo de problemas.

**- ¿Cree que la balanza de igualdad de condiciones se ha equilibrado dentro del periodismo deportivo?**

No, la balanza no se ha equilibrado. El periodismo deportivo siempre se inclina más a favor del hombre no solo en el Ecuador, sino en el mundo entero. No hay muchas chicas, son contadas, porque no hay las oportunidades en muchos medios. Yo, por ejemplo, gusto de contratar a chicas porque son puntuales, responsables, saben aceptar consejos; en cambio, los hombres son más reacios a las diferentes opiniones, más vanidosos, piensan que ya saben.

También creo que las mujeres no se atreven a solicitar oportunidades dentro del periodismo deportivo. Creo que también no hay iniciativa ni ganas. Hay que ser valientes y demostrar las capacidades que tienen. Hay dos problemas: las chicas tienen miedo a arriesgarse y los medios de comunicación deben brindar más oportunidades. En el periodismo deportivo todavía se ve un machismo marcado. Yo conozco que hay medios que no aceptan chicas para esta rama.

## **Anexo 10**

**Entrevista: Alfonso Laso, Director de Deportes de Teleamazonas.**

**- ¿Cuál ha sido su experiencia dentro de los medios?**

Yo comencé en 1984. Mi papá en ese entonces tenía el programa televisivo Rumba Deportiva. Desde adolescente, yo le ayudaba a mi padre en la producción. En este mismo espacio, me llevaron a cubrir las Olimpiadas de Los Ángeles, yo estaba graduado del colegio. A partir de ahí empecé a trabajar en los diferentes medios y estudié en la Facultad de Comunicación de la Universidad Central. Luego, tuve la posibilidad de viajar a Buenos Aires para especializarme dentro del periodismo deportivo. Estuve en Cable Deportes por algunos años, en RTS hasta que vine a Teleamazonas como director nacional de Deportes en el año 2002. Siempre he estado vinculado al negocio de mi papá en radio La Red, en donde me desempeñó como uno de los altos directivos.

**- ¿Cómo le parece la actual incursión de la mujer en el periodismo deportivo?**

Me parece que la incursión todavía es muy limitada. Obviamente, ha cambiado y ha crecido con relación a lo que era cuando yo empecé. A una mujer antes nunca se la relacionaba con los estadios ni con las canchas. Pero ahora el periodismo moderno ha permitido que ya no se entren a los camerinos de los jugadores, en donde antes ellos pasaban desnudos y ponía en una situación incómoda a la mujer.

**- ¿Qué se necesita, por parte de la mujer, en el periodismo deportivo vigente?**

En el periodismo lo que se necesita es afición a los deportes y después afición al periodismo. Esto implica trabajar en horas poco comunes. Ha crecido la incursión pero hay una diferencia bastante notoria, pues tal vez las mujeres han crecido en número, pero no en proporción; es decir, si antes había una mujer, se presentaban 50 hombres, pero ahora hay 100 hombres y 8 mujeres.

**- ¿Podría mencionar como referente dentro de esta rama de la comunicación a alguna mujer?**

Yo no conozco a las periodistas mujeres por nombres específicos. Sé que hay porque las veo en los estadios. Solo ubico a Martha Córdova, que, en sus tiempos, fue muy buena periodista deportiva, pero ahora me parece que está más dedicada a la cátedra

universitaria. Yo no me atrevería a dar otros nombres, porque no sé quienes son, pero una que otra nota que he visto, en especial en la prensa escrita, son muy buenas, muy bien elaboradas, pero creo que son muy pocas.

**- ¿Usted trabaja actualmente con alguna mujer periodista deportiva?**

En La Red, no hay mujeres periodistas. No hay ninguna razón en particular solo que a mi despacho siempre llegan carpetas u hojas de vida de hombres, pero hasta el momento ninguna mujer ha ido a pedirme una oportunidad. Nosotros, en nuestra radio, tenemos gran estabilidad y el equipo está formado por hombres y no creo que sea necesario contratar a más gente porque estamos completos. No hemos entrevistado a mujeres dentro de los medios que manejo o he manejado. No ha habido la posibilidad de recibir una aspirante a periodista que diga que quiere una oportunidad en este campo. Si hubiese la chica y la vacante, estaríamos encantados. Por ejemplo, Gabriela Pazmiño trabaja como presentadora de deportes de Teleamazonas en Guayaquil. Ella no empezó como periodista pero se ha ido formando como tal. Ella se ha encargado de diversos reportajes. Obviamente, a ella se la escogió en primera estancia por su imagen atlética y por su relación en competencias de atletismo, pero se ha propuesto estudiar esta rama del periodismo y creo que Gabriela funciona de buena manera dentro de este equipo de trabajo.

**- ¿Cuál es el problema para que las mujeres periodistas deportivas no se hayan visibilizado?**

El problema de las mujeres es que son pocas. Las mujeres que quieren entrar a este medio tienen que analizarse a sí mismas y ver qué desean proyectar; es decir, si se quieren especializar o mostrar solamente una imagen que venda. Las mujeres tienen que romper con la barrera de hace años atrás que estuvo marcada por los hombres y eso ha generado que algunos colegas, en especial los de la vieja guardia, no acepten que la mujer puede hacer un buen trabajo dentro del periodismo deportivo de forma profesional. Los hombres de entrada se meten al tema del fútbol. Yo creo que las mujeres deberían experimentar por otros lados del deporte, como el atletismo, porque conociendo cómo funciona. Gabriela sabía de varias disciplinas, pero menos de fútbol.

Algo gravísimo para el público es que el periodista confunda los términos futbolísticos; es decir, que al Emelec se le sustituya con los toreros es algo imperdonable. Ese fue un



error de Gabriela; entonces, cuando una mujer hace eso, queda marcado que no tiene ni idea. Los rumores corren y piensan que la mujer no sirve. Los periodistas hombres también hacen eso pero porque son tantos se terminan equivocando menos, pero como hay pocas mujeres el público las identifica más y empieza a generalizarlas, diciendo que no son buenas y no tiene porqué inmiscuirse en un campo “solo para hombres”. Esto hace que a la mujer se la satanice y eso no está bien. Espero que todo cambie y las mujeres se preparen más y se atrevan a ser mejores comentaristas o periodistas deportivas. Todo esto hace que sean óptimas en su trabajo. Las mujeres son muy capaces en todos los sentidos y eso se tiene que ver reflejado en su labor diaria.

## **Anexo 11**

### **Entrevista: Robertson Vinueza, Editor de Deportes, agencia Andes.**

#### **- ¿Cuántos años lleva dentro del periodismo deportivo?**

Yo empecé en el periodismo en el 2000. Empecé con una pasantía como reportero deportivo en Teleamazonas. No obstante, he manejado otros campos cuando han existido urgencias en las coberturas, como el caso de la catástrofe del 11-S en los Estados Unidos con las Torres Gemelas. Creo que empecé tarde en esta rama de la profesión, a diferencia de jóvenes que se inician a los 22 años. Luego, entré a Diario Hoy, en donde empecé trabajando en monitoreo de medios. Posteriormente, pasé a la sección Deportes. Luego, me llamaron de El Universo, en donde estuve bastante tiempo y, después, me solicitaron de El Comercio, en donde trabajé por tres años. Más tarde, me llamaron para ocupar el puesto como co-editor en Diario Hoy. Actualmente, estoy como editor de Deportes en la agencia pública del Ecuador, Andes.

#### **- ¿Qué piensa sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo?**

Creo que en los tiempos actuales ya no debería ser sorpresa la incursión de la mujer dentro del periodismo deportivo; sin embargo, todavía existen sesgos retrógrados de machismo entre colegas. Es decir, se piensa que la mujer no es apta para el periodismo deportivo. No obstante, desde mi perspectiva, creo que la mujer se ido ganando espacios dentro de esta rama profesional, pero le falta todavía mucho por recorrer al género femenino, pues la balanza aún no se equilibra, porque el periodismo deportivo todavía sigue con una supremacía de los hombres. Considero también que hay buenas y malas periodistas deportivas, al igual que en el caso de los hombres: ser buenos cronistas, ser

fanáticos, hacer relaciones públicas en lugar de periodismo, etc. El que las mujeres obtengan una mayor aceptación dentro del periodismo deportivo es un proceso. Antes no había muchas periodistas deportivas porque no les interesaba o porque veían tal vez que el acceso laboral era restringido; en cambio, ahora es muy diferente porque hay mayor apertura en cuanto a los derechos del trabajo y de género.

Cabe señalar que la mujer, por su condición de género, obtiene mayor acceso a las entrevistas con deportistas y dirigentes. Esta es una realidad, pero eso no es un problema. Muchas veces el entrevistado tiene ciertas preferencias sobre quién quiere que le entreviste. A lo mejor ocurre la misma figura si es un periodista deportivo televisivo con gran trayectoria o un periodista que está en los medios impresos y es reconocido. Si el entrevistado tiene preferencia hacia las mujeres, no hay ningún problema, pero los colegas ven a esto como poco democrático e injusto, pero buscar la noticia es parte del trabajo periodístico. Yo quisiera recalcar que si las pocas mujeres que están vinculadas a este medio tienen mayor acceso a entrevistas, tienen que realizar un cuestionamiento más especializado, más crítico, más profundo, que realmente impacte al público de los diferentes medios, y dejar el periodismo rutinario que ha seguido el género masculino. Obviamente, aquí hace falta especialización, pero esto no es una cuestión de género, sino que todos los periodistas de esta rama estamos acostumbrados a preguntar lo mismo y a tener los mismos enfoques, pero lo único que cambia son los equipos que juegan. Hay buenos y buenas periodistas, eso sin duda, pero el género no influye en la calidad del trabajo o resultado final.

**- ¿Qué periodistas deportivas consideras que son destacadas en el medio?**

Martha Córdova es una de ellas.

**- ¿Hay igualdad de género en el periodismo deportivo?**

No, todavía no hay igualdad de género. Yo creo que la mujer está ocupando un espacio importante, pero tiene que tratar de sobresalir más de forma más especializada, porque usualmente quienes están en la televisión son más imagen y no se ve un buen nivel profesional. La incursión de la mujer es y seguirá siendo un proceso. Un ejemplo claro de eso es que en el Mundial Sudáfrica 2010, un programa de un canal manejado por el Gobierno estaba compuesto por una serie de relatores y comentaristas deportivos, dentro de este grupo estaba María Soledad Reyes. Los comentarios de Reyes eran

mucho más acertados que los demás, pero, lastimosamente, no eran secundados ni seguidos por sus colegas; entonces, se quedaban como en el aire. En cambio, los comentarios de ellos, que no eran muy certeros, eran apoyados por los demás. Ella estaba haciendo un periodismo individual dentro del programa; en tanto, los otros sí se seguían la corriente. No sé si sería un hecho premeditado, ellos se pusieron de acuerdo, celo profesional, que sé yo; pero, ellos eran periodistas de la vieja guardia, que tienen un pensamiento machista. Yo sentí que Reyes estaba abandonada en el campo de camaradería y compañerismo que debe existir en un programa de ese estilo.

## **Anexo 12**

**Entrevista: Esteban Ávila, Editor de Deportes de Futbolero, del diario Últimas Noticias.**

### **- ¿Cuál ha sido su experiencia dentro de los medios?**

Yo empecé hace 10 años. Formalmente, incursioné en Perú.com, que es un portal deportivo con una trayectoria de 15 años. Yo trabajé ahí durante dos años. Luego, durante otros dos años, hice la sección Ecuador de la página Fútbol Ecuador. Desde 2002, estoy en diario Últimas Noticias, en donde empecé como reportero y ahora soy el coordinador de la sección Futbolero, que se encarga de diferentes disciplinas deportivas, pero nos enfocamos más en fútbol y barriales.

### **- ¿Cómo le parece la actual incursión de la mujer en el periodismo deportivo?**

La incursión de las mujeres creo que ha sido positiva. Yo te puedo dar nombres, pues yo con la primera mujer que trabajé en esto es Lourdes Garzón, que es una profesional de primera línea. Era la primera vez que trabaja con mujeres. Mis compañeros de entonces, mis jefes de entonces, tenían cierto recelo de compartir el campo laboral con ella. Yo, siempre que sea posible, quiero que dentro de mi equipo de trabajo exista una mujer. Las mujeres ofrecen algo que para mí es el valor agregado que busco, pues ellas muestran una cierta sensibilidad para tratar diversos temas en el campo del deporte, y creo que en general. Tienen otra visión producto de su ser mujer que ayuda bastante a diversificar el enfoque que se puede dar al trabajo. El tema de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo tiene que ver también con la accesibilidad, es decir, para una mujer es mucho más fácil tener acceso a las fuentes que un hombre no tiene. Por ejemplo, creo que las fuentes pueden hablar de otros temas con mayor confianza que con un hombre. Las mujeres ofrecen una simpatía que las hace agradable y les abre las puertas.

### **¿Usted cree que hay mujeres que tal vez llegan a tener acceso a la información por su belleza más no por su capacidad?**

Yo lo definiría en una sola palabra: simpatía, porque, si por último, solo por su apariencia física llegan a conseguir una entrevista, esta algún rato se va a acabar y esa imagen se verá inclusive desgastada; en cambio, hay mujeres que, aparte de su apariencia física, pues tampoco puedo decir que eso no influye, son buenas

profesionales y hacen un buen trabajo. El periodismo deportivo es un medio en el cual el 90% de las fuentes corresponde a hombres, y ellos analizan y miran a una persona, hombre o mujer, antes de otorgarle cualquier entrevista. La verdad es que las mujeres son las más beneficiadas.

**- ¿Cree que hay alguna diferencia entre las periodistas radiales, televisivas y escritas?**

La prensa gráfica te ayuda a pensar más. Es una escuela profesional y de vida. Yo tengo colegas de prensa escrita que luego incursionaron en otros medios y ellos aceptan que ha sido una escuela de bases, influyente. La prensa gráfica te exige desarrollar otras habilidades. En cambio, como la televisión maneja imagen, alguien con escasos conocimientos, pero con una buena presencia e impecable, se sienta y te lee un telepronter. En el caso de la radio, alguien con una voz medianamente aceptable empieza a locutar y a leer algo que alguien más escribió. La prensa escrita no es así, pues se pone en juego otras capacidades y otros tiempos; se pone en juego otros códigos. Por ejemplo, si en una edición mi equipo se equivoca en algo, no tengo la oportunidad de sacar cien mil ejemplares inmediatamente diciendo que me equivoqué. En cambio, en la radio y televisión me puedo retractar en segundos. Este trabajo dentro de este medio exige una formación propia e intelectual superior, cosa que no se aprende en las universidades, sino en el campo de juego.

**- ¿Se ha equilibrado la balanza de género dentro del periodismo deportivo?**

No hay equilibrio, porque todavía no se rompen ciertos recelos. Si a mi me preguntas si tendría a otra mujer trabajando conmigo, te diría que no, porque aquí entra el manejo que tienen las mujeres como grupo. Solo quiero a una mujer dentro de mi equipo, porque a mi no se me hace igual manejar un grupo de mujeres que un grupo de hombres, por las características propias e inherentes de ser mujer. Una mujer que está en este medio debe saber que será tratada con poca amabilidad, en algunos casos, como los empujones cuando hay un tumulto de periodistas siguiendo a un jugador. A las mujeres les gusta un trato más diferencial y eso no siempre puede ser así.

En la televisión priman las niñas que se les pone un telepronter y leen, porque tienen una presencia impecable. Alguna mujer que ponga su valor agregado en los medios televisivos no hay. En cambio, hay más mujeres que han hecho carrera en la prensa

escrita, como Martha Córdova, entre otras, porque existe una formación más completa, pues se aprende día a día. Las mujeres dentro del periodismo deportivo están en un medio adverso. Están luchando en un ambiente en donde hay 97 hombres y 3 mujeres. Es un medio excluyente por su propia tradición y estructura, no es que es imposible hacerlo, pues pruebas hay. Se está en un proceso de aceptación de la mujer. A veces no quisiera creer que a alguien se lo descarte de un trabajo por ser mujer, y menos en esta rama del periodismo.

**- ¿Cree que hay mujeres que pueden aprovecharse de su simpatía e ir más allá?**

Eso se da. Hay relaciones perjudiciales tanto para el periodista como para la fuente. Yo creo que la ética, antes que profesional, debe ser personal. La mujer debe saber hasta dónde llega. Lastimosamente, en este medio hay muchos periodistas hombres envidiosos y torpes que creen que una mujer consigue sus notas periodísticas por la belleza o por tener algún vínculo, más allá que el profesional, con su fuente. De esta manera, ellos tapan su ineptitud laboral. No obstante, la mujer debe estar consciente de que se va a encontrar con este tipo de comentarios; por eso, no hay que dar papaya. Esa es una regla de oro, puesto que uno debe manejarse con cuidado haga lo que se haga.

Perdón por las expresiones, pero hay hombres idiotas que se escudan en este tipo de afirmaciones. Yo trabajo con gente que confío, sino no estuviese trabajando con ellos. Yo siempre he sido de la idea que la confianza se pierde una sola vez y yo he perdido la confianza en mi equipo, en especial en mi reportera, de quien se ha hablado mucho pero yo sé cómo ella elabora y es en su trabajo.

Si la mujer demuestra gusto, actitud y capacidad está en la misma posición de un hombre. La incursión de la mujer en el periodismo deportivo es la posibilidad de encontrarse con conflictos de intereses, pero esto es responsabilidad de la mujer que está metida en el medio de saberse manejar correctamente.

## **Anexo 13**

### **Entrevista: Raúl Chávez, Editor de Deportes de diario Hoy.**

#### **- Hábleme un poco de su trayectoria periodística:**

Comencé en 2004, más o menos en marzo, trabajando para radio La Red como periodista haciendo canchas, cubriendo equipos de Quito. Luego, comencé a comentar y tuve la conducción de dos programas, enfocados básicamente en el deporte amateur, que se llama *Élite Deportiva*, que todavía existe, y se transmite de lunes a viernes, de 14:00 a 15:00; y otro que se llama *Resumen Dominical*, que es el resumen de la jornada de fútbol y se transmite los domingos. En La Red, estuve poco más de dos años. También, estuve dirigiendo una revista quincenal gratuita que se llamaba *Entretiempo*. Con tres amigos más, nos encargábamos de buscar auspiciantes, pero fue muy complicado porque como estábamos trabajando aparte era difícil entregarnos cien por ciento a la publicación. Luego, en 2006, llegué a diario Hoy como co-editor y, en enero de 2008, empecé como editor.

#### **- ¿Ha trabajado con mujeres dentro de su carrera en el periodismo deportivo?**

Dentro de este medio, he trabajado con mujeres. En La Red, no lo hice; pero, en la revista, había una chica que era la gerente, se encargaba de diseño, marketing, publicidad, pero nada en cuanto al contenido periodístico. En el Hoy, en cambio, cuando yo fui co-editor, Martha Córdoba era mi editora. Como editor, trabajé con Liliana Mejía, que era una periodista deportiva, y actualmente en mi equipo está Diana Ochoa, en Guayaquil. En el caso de Liliana, ella dejó el periodismo deportivo porque se casó, se quedó embarazada y trabajar todos los fines de semana, como ocurre acá en el Hoy, es algo desgastante, creo yo, y mucho más si eres madre. Entonces, se cambió a la sección Dinero, con horarios mucho más flexibles.

Cuando yo comencé en esta profesión, no había muchas mujeres haciendo canchas, eran contadas, dos o tres, como máximo. Pero ahora hay más chicas vinculadas con esta rama, entre radiales y escritas, pues las de televisión solo están como presentadoras y si elaboran alguna nota, lo hacen desde lo que grabó el camarógrafo y locutan con cierta información que se logró obtener dentro de los entrenamientos de los diferentes equipos.

**- ¿Qué diferencia ha encontrado en el trabajo periodístico final de los hombres y las mujeres?**

Las mujeres son más receptivas y entienden más lo que uno les pide, son más meticulosas; o sea, tratan de que su producto final sea más pulcro, más limpio, más nítido. Yo he trabajado con chicas que no han incursionado en el periodismo deportivo sin saber nada del tema, como en el caso de Liliana Mejía. Ella aprendió y se desarrolló muy rápido. En el caso de Martha Córdoba, ella tiene una experiencia de muchísimos años y ella me enseñó parte de lo que yo sé. Mientras que con Diana es igual, sabe bastante. Ella vino de trabajar en varias radios de Guayaquil dentro del área deportiva y su desenvolvimiento dentro de este campo es excelente. Si pongo en una balanza el trabajo de las mujeres con los hombres, puedo decir que con trabajar con ellos es mucho más complicado porque no aceptan críticas, creen que porque han escuchado de fútbol, saben demasiado y las cosas no son así. Los hombres somos más despistados.

**- ¿Cómo ve la incursión de la mujer en el periodismo deportivo?**

Es positiva, porque va rompiendo paradigmas, sobre todo del machismo dentro del fútbol, que es el tema más tratado a escala nacional por un tema de publicidad e ingresos económicos que involucra esto. En el caso del diario, nosotros tratamos de abarcar más disciplinas deportivas, más deportes. La radio y la televisión siempre tratan más fútbol, en donde existe el vínculo machista todavía. La mujer ha demostrado que sabe muchísimo sobre fútbol, incluso más que otros hombres. El deporte y el periodismo deportivo no tienen porqué ser solamente o exclusivamente de los hombres. Por ejemplo, ahora hay mujeres que comentan y narran partidos. En el Ecuador, no hay, pero en otros países ya se ve.

En el Ecuador, quien hace periodismo deportivo es porque le gusta y no porque exista una escuela o facultad especializada como en Argentina. Varios de los jóvenes o personas que tienen especialización deportiva lo han hecho en ese país. A quien le gusta, se inclina por esta profesión.

**- ¿Cree usted que la balanza se ha equiparado?**

Yo creo que si bien la incursión es mayor, no dejan de ser pocas, en proporción, las mujeres que están en este medio deportivo. Además, se ve a pocas mujeres que en realidad les gusta como profesión y no para hacer relaciones públicas. Para elegir un o



una periodista, no es cuestión de género, al menos no para mí, es una cuestión de capacidades y experiencia. Las mujeres atraviesan varias barreras, por ejemplo, aceptar el trabajo de todos los fines de semana, los feriados, muchas horas de trabajo porque se tiene un horario de entrada pero no de salida. Por ejemplo, hay mujeres que se convierten en madres y se salen de esta rama del periodismo. En este punto, sí hay quiebre cuando la mujer logra ser madre porque es una cuestión de responsabilidades. Además, tiene que ver con una cuestión cultural, porque el hombre siempre ha sido el que maneja el hogar y es más complicado para una madre dejar todos los fines de semana solos a sus hijos. Culturalmente, es más fácil que el hombre salga a trabajar que una mujer esté ausente del hogar. Para conseguir a alguien que forme parte de mi equipo, no tomo en cuenta si es hombre o mujer. La persona que aplique para este puesto, debe tener ganas y deseo de hambre, de superación. Yo trato de descubrir que tengan deseos de aprender. Pero si te soy sincero, para darle cierto aire diferente a la sección, escogería a la mujer, porque ellas incluso proponen temas diferentes y curiosos.

**- Entonces, ¿usted cree que depende del medio?**

Definitivamente. Por ejemplo, es un hecho que en la televisión la imagen prevalece por encima del conocimiento, tal vez después se especializan pero no es que entran con bases, de lo que he podido observar en varios programas de televisión. En el caso de la radio, hay más oportunidades de trabajar al menos para comenzar. Los salarios son más bajos, pero sí creo que hay más mujeres que se han mantenido, al menos. En el caso de la prensa, es un poco más complejo, porque se necesita mayor conocimiento del lenguaje. Cuando la gente viene a trabajar acá, les explico que no es lo mismo escribir que hablar. No obstante, en los tres medios, creo que a la mujer se le hace más fácil que a un hombre conseguir entrevistas. Es más fácil decirle “no” a un hombre que decirle lo mismo a una mujer. Históricamente, las mujeres tienen otro tipo de carisma y de carácter. Si una mujer agradable, no necesariamente por su físico, le pide una entrevista a Jorge Guagua, de seguro se la da; pero si voy yo, tal vez o lo más seguro es que me diga que no. Pero, dentro de las desventajas, la mujer tiene que lidiar con el poco nivel cultural que tiene el entorno, porque la mayoría de los deportistas y los colegas hombres son más patanes con ellas, tienen que enfrentarse a bromas groseras. Estos casos se dan más en el periodismo deportivo, porque la mayoría de jefes en otras secciones, al menos aquí en este medio, corresponde a mujeres. Entonces, no es problema del periodismo en general, sino del periodismo deportivo.